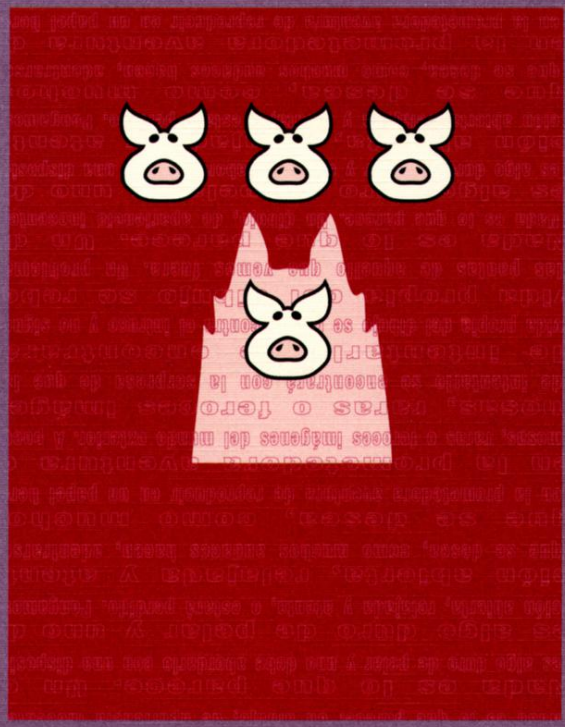
Manuel Álvarez Junco

Antonio Machado Libros

EL HUMOR GRÁFICO

Y SU MECANISMO TRANSGRESOR

PENSAMIENTO



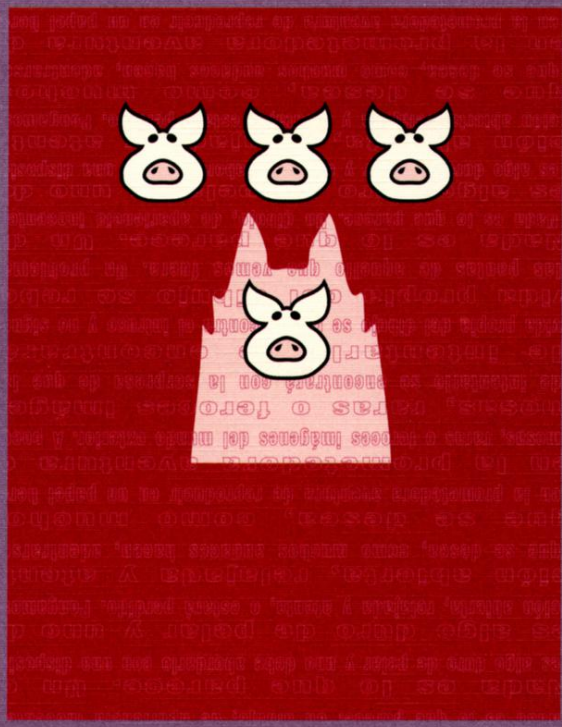
Manuel Álvarez Junco

Anti Machado Libros

EL HUMOR GRÁFICO

Y SU MECANISMO TRANSGRESOR

PENSAMIENTO



Manuel Álvarez Junco

EL HUMOR GRÁFICO

Y SU MECANISMO TRANSGRESOR

Ant Machado Libros

EDITA A. Machado Libros

Labradores, 5. 28660 Boadilla del Monte (Madrid)

machadolibros@machadolibros.com • www.machadolibros.com

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni total ni parcialmente, incluido el diseño de cubierta, ni registrada en, ni transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, ya sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo, por escrito, de la editorial. Asimismo, no se podrá reproducir ninguna de sus ilustraciones sin contar con los permisos oportunos.

© Manuel Álvarez Junco, 2016

Dibujo de la cubierta: Junco

© de la presente edición: Machado Grupo de Distribución, S.L.

REALIZACIÓN: A. Machado Libros

ISBN: 978-84-9114-230-0

Índice

Agradecimientos

Prefacio

Prólogo

Introducción

1. La razón de la sinrazón

2. El diseño gráfico del humor

3.1. Los humores del arte

3.2. Entre las aguas del arte y el diseño

4. El humor gráfico 1 - La imagen intencionada. La caricatura

5. El humor gráfico 2 - La imagen reproducida y difundida

6. El humor gráfico 3 - La imagen leída

7. El pensar y el hacer

8. Creación y diseño

9. La configuración del humor gráfico

10. Contextualización

11. Transgresión significativa

12. Complicidad

Conclusión

Principal bibliografía utilizada

Agradecimientos

Dedico este libro al humorista gráfico, esperando que refleje, al menos un poco, la preparación, la imaginación, la precisión, el tiempo y el valor que exige una profesión como esta, donde la madurez filosófica y la maestría comunicadora son imprescindibles, pero aún más el compromiso ético con los demás, todos iguales a nosotros, precisamente porque nos consideramos todos también diferentes.

Prefacio

El humor es un instrumento de la vida real, del mundo concreto. Su misión es relativizar lo abstracto, lo formal, la «exactitud mental». Su lugar en el mundo de lo incorrecto hace que su objetivo último sea estrictamente sensorial y vital.

La comicidad es quizá la más social de las funciones espirituales dirigidas a la obtención de placer. Es elaborada así bajo la condición de que los otros comprendan el juego que se les propone porque, de no hacerlo, pierde la razón de existir. El diseño del humor precisa convertirlo en directo, explícito, de obligada comunicabilidad. La utilización de textos e imágenes, funcionen independientemente o sean interactivos, exhibe una confrontación de conceptos en una nueva forma deliberadamente incorrecta sorprendiendo así con algo que posee un nuevo significado.

El humor gráfico tiene el papel de cuestionar la realidad aparente, lo cual no significa que su meta sea la obtención de la «verdad». Por el contrario, su objetivo es –y no es poco– una llamada al orden en el marasmo de formas de este mal estructurado mundo.

Tenía que ser que tarde o temprano mi trayectoria como profesional del humor gráfico en España y EE.UU. y la de profesor de diseño gráfico en la Universidad Complutense de Madrid, se encontraran en un punto. Sucedió en el año 2008, cuando Joan Costa me propuso elaborar un libro para una colección de diseño para una editorial argentina. Decidí escribir lo que se tituló «El Diseño de lo Incorrecto», al considerar una coincidencia entre los campos del humor gráfico y el diseño, el que sus realizaciones debían imperativamente conseguir una comunicación exitosa sin la cual su razón de ser desaparecía. De esta manera podía ofrecer un novedoso punto de vista sobre el resultado funcional que persigue cada proyecto. Mis dos grandes temas, humor gráfico y diseño, quedaban unidos al plantear una cuestión crucial en el terreno de la creación: la necesaria obtención de su meta comunicadora que les diferencia del estricto mundo del arte.

Este libro español que tienes en las manos recoge gran parte del contenido de aquel, pero ahora su foco se centra directamente en el humor gráfico y profundiza en varias cuestiones que considero fundamentales en esta materia: la transgresión y su uso en el arte y el humor; la connotación como clave para comprender y ubicar cada pieza humorística; la profundización en los orígenes de las incorrecciones gráficas, con la aportación de significativas piezas muy anteriores a la era cristiana, etc. Además, se han revisado y ampliado todos los argumentos e imágenes. Así pues, aquí se ofrece una más completa reflexión sobre las claves del mecanismo del humor gráfico, materia poco tratada desde dentro y que en mi opinión necesitaba este tipo de análisis formal.

MANUEL ÁLVAREZ JUNCO

Prólogo

Por PERIDIS

«El humor es la menos complicada de todas las especies de lo cómico. Su proceso se realiza en una sola persona y la participación de otra no añade nada nuevo. Nada hay tampoco que nos impulse a comunicar el placer humorístico, que en nosotros ha surgido y podemos gozar de él aisladamente»… «Los pequeños rasgos humorísticos que producimos a veces en nuestra vida cotidiana surgen realmente en nosotros a costa de la irritación, los producimos en lugar de enfadarnos.»

Sigmund Freud

Mucho disfrutamos con la famosa obra de Umberto Eco El nombre de la Rosa que posteriormente tuvo su merecida réplica cinematográfica que amplificó el éxito de la novela. La obra de Aristóteles que versaba sobre el humor estaba en el centro de las pasiones desatadas en aquel monasterio perdido entre las montañas. ¡Hasta el mismísimo Aristóteles se había ocupado de algo tan humano y difícil de definir como el humor!

¡Cómo apresar la esencia o definir con precisión el humor que, además de ser la flor más valiosa de lo cómico y el condimento y la sal de la vida, sigue siendo tan cotidiano, divertido, a veces poético, terrible muchas, otras filosófico o demoledor!

De la función terapéutica y de la función socializadora del humor y lo cómico en nuestras vidas se han ocupado importantes figuras del pensamiento y de la medicina, entre otros, el gran Henri Bergson con su libro sobre La Risa, Sigmund Freud con El chiste y su relación con el Inconsciente y Ernst Kris con el Psicoanálisis de lo cómico.

Siempre nos hemos preguntado si el humor gráfico es un arte mayor o un arte menor. Los teóricos que se han ocupado de la caricatura sitúan su invención (aparte de los escarceos de Leonardo da Vinci) en el taller de los hermanos Carracci, que se ejercitaban haciendo «ritratti carichi», esto es retratos cargados de sus conciudadanos con gran regocijo por parte de los que tenían acceso a su contemplación. Dicen pues los estudiosos que allí nació el Arte de la Caricatura, puesto que al ser artistas los creadores sus creaciones tenían que ser necesariamente Arte. El gran Bernini utilizaba la caricatura como herramienta de trabajo en sus dibujos preparatorios haciendo retratos cargados para captar la expresión de sus personajes y trasladaba esta expresión a sus esculturas para darles vida mediante un gesto característico.

Manuel Álvarez Junco es profesor y lleva más de veinticinco años enseñando en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. Pero además es dibujante, humorista y diseñador gráfico. Para firmar sus trabajos emplea el Junco de su segundo apellido. De sus lecciones magistrales, de sus reflexiones e indagaciones y de sus diseños y dibujos extrae la experiencia y el conocimiento para atreverse a publicar este libro con que nos obsequia y que ha titulado El humor gráfico (y su mecanismo transgresor)». En él explora, dentro de las infinitas variantes del humor, aquellas que se materializa gráficamente en forma de chiste, caricatura o el diseño. Cada uno de los capítulos de su libro es un pequeño tratado utilísimo para los que nos dedicamos a actividades relacionadas con el humor, en mi caso la caricatura. A veces nos vemos solicitados en conferencias o mesas redondas a hablar del humor. En las páginas de este libro de Junco encontraremos todo un bagaje de conocimientos sistematizados y la respuesta a muchos interrogantes. También será de gran utilidad para los alumnos de Bellas Artes, tanto los de diseño gráfico como el resto de las especialidades artísticas.

El libro está perfectamente estructurado en cuatro bloques divididos cada uno en tres capítulos. El primer bloque versa sobre el humor y trata de «La razón del humor», «El diseño del humor» y «Los humores del Arte». En el segundo bloque desarrolla Junco sus ideas acerca del humor gráfico y trata de «La imagen intencionada - La caricatura», «La imagen difundida» y «La imagen leída». En el tercer

bloque investiga acerca del diseño en los capítulos titulados: «El pensar y hacer», «Creación y diseño», «La configuración del humor gráfico». En el último bloque desarrolla sus teorías acerca de la «Contextualización», «La trasgresión significativa» y «La complicidad».

Aparte de muchas ideas e informaciones que me serán de mucha utilidad para futuras conferencias o mesas redondas, me he encontrado con la grata sorpresa de ver reproducida fotográficamente una caricatura hallada en los abrigos de Tassili n'Ajjer en África, realizada 4.000 años antes de Cristo. Se trata del dibujo de un tipo narigudo y patilargo visto de perfil, que camina con largas zancadas arrastrando una barriga perfectamente delineada, al igual que el resto de los trazos corporales. Todo el dibujo rezuma habilidad, soltura, gracia e intención jocosa y es de una maestría que ya quisiéramos para nosotros los caricaturistas actuales. ¡Un humorista en la Prehistoria, y nos decían que la caricatura la inventaron Ludovico y Annibale Carracci en el siglo XVI!

El libro termina con una recapitulación o reflexión general en la que Junco, como no podía ser de otra manera, nos da su personal y particular definición del humor: «El humor siempre nos hace incorrectos y transgresores, accesibles y cómplices con los otros. Incorrectos y transgresores porque con él disfrutamos atacando no solo nuestras formas más impuestas y obligadas, sino también las más queridas y aceptadas. Accesibles al conseguir abrir nuestra mente por medio de un mecanismo sencillo. Si no lo consigue, lo obviamos y seguimos a lo nuestro, al no identificar lo que se nos propone dentro de los esquemas y tópicos en los que solemos movernos. En cómplices nos convertimos porque nos hace entrar en contacto, en comunión, con los que consideramos nuestros vecinos y amigos, pero también con los desconocidos, con los demás de siempre. El humor, pues, transgresor y cómplice, es nuestro pequeño compañero de submundos, proveedor de trocitos de desahogos y alivios, absolutamente imprescindible para seguir adelante. Una válvula de escape importante, qué duda cabe.»

Introducción

«La razón esclaviza a todos los que

no son bastante fuertes para dominarla»

George Bernard Shaw

El humor es una especie de perdido planeta que, sin embargo, todos visitamos a diario. Paseamos por él y disfrutamos durante unos momentos que nos saben a poco; pero, al momento, sonreímos cómplices y volvemos, sin más, a lo nuestro. Rara vez dirige sus dardos contra nosotros pero, en ese caso, tendemos a tolerarlo. Normalmente lo buscamos y aplaudimos encantados. No sé qué haríamos si nos faltase; lo necesitamos.

Este terreno de lo cómico, tan hollado diariamente por nuestros pasos, está curiosamente poco estudiado. Apenas se reflexiona sobre él; muy pocos se preguntan sobre su función. Como si se obviase su existencia, como si se menospreciase su utilidad, como si se situase en un extraño limbo.

Quizá se piense que algo opuesto a lo serio –porque si algo hay evidente en el humor es que es la contrapartida de lo serio– no puede ser analizado con seriedad. Es decir, que lo cómico se asocia con algo frívolo, irracional, banal, ligero, fantasioso, trivial, sin sentido, superficial y menor. Quizá se podrían añadir algunos adjetivos aún más displicentes: absurdo, ridículo, endeble, vano, mezquino, pueril, ruin, innoble.

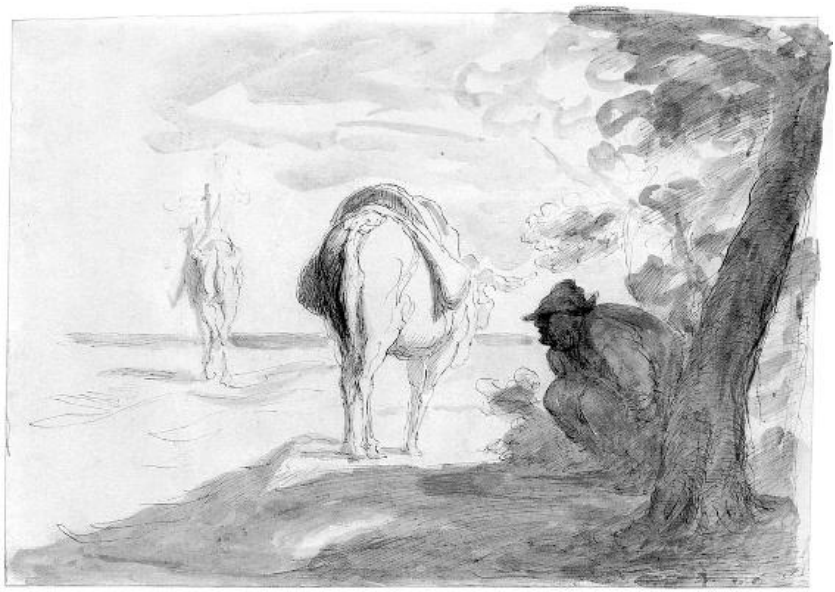
Frívolo y ridículo lo es, sin duda, pero nadie puede negar la importancia de su presencia en nuestras vidas. Se presenta como fantasioso y absurdo, pero toca con el dedo nuestra realidad, plantea insospechadas razones y nos proporciona puntos de vista diferentes; frecuentemente nos regala un discurso inteligente y

novedoso. Parece indirecto y abstracto, pero la concreción de su acción es absoluta y su lenguaje es, más que preciso, cortante. Le acusan de inoportuno y descarado, pero lo habitual es que se mueva en la rabiosa actualidad y que avise educadamente de sus intenciones. Lo creemos impulsivo y espontáneo, pero el cálculo y la preparación guían sus realizaciones, sus medios y sus soportes comunicativos. En definitiva, que todas esas descalificaciones previas no evitan que el humor sea imprescindible. Es una contradicción, como mínimo, sorprendente.

Sigamos explorándola. El humor se sirve de todas estas maneras ingenuamente extravagantes como presentación, como apariencia, como superficie, para intentar algo tan serio como es una revisión crítica a nuestro sistema de pensamiento. Y al aplicar la palabra serio al humor hay que recordar que antes dije que era su opuesto. Quiere esto decir que el humor se sirve de lo grotesco y lateral con el fin de distanciar la realidad, de romper nuestras barreras. Es decir, es imprescindible para nuestra vida porque nos permite abordar temáticas inaccesibles de otro modo, como procedimiento donde lo lúdico destapa lo serio y lo secundario aborda lo central. Lo divertido (di-versión, des-viación) es un eficacísimo recurso del que nos valemos para asimilar las realidades cotidianas, la vida. Por este sistema aparentemente inocuo criticamos, satirizamos, reflexionamos y moralizamos: establecemos una fantasía perfectamente aplicable a la realidad.

Este estudio se refiere a un humor específico como es el gráfico. Llevamos ya muchos siglos de realizaciones con imágenes cómicas[1] y al echar una ojeada a la historia aparecen poderosos nombres de los últimos doscientos años, como Daumier, Doré, Herreros, Steinberg, Mingote, Oski, Larson o Groening. Se pueden imaginar precedentes anteriores, como William Hogarth o Lucas Cranach. Y algunos todavía más antiguos, hasta remontarnos a lejanísimas épocas y civilizaciones que realizaron grafismos divertidos. Este pasado glorioso debería proporcionarle un aura de respetable y asentada institución, pero no es así. Dentro del ámbito profesional y académico este tema se ve como perteneciente a un mundo demasiado personal, expresivo, subjetivo y, al observar sus formas brutales, distorsionadas o infantiles, inmediatamente relegado a un escalón donde materias como el diseño o el arte, que quizás

amablemente le podrían acoger, se encuentran igualmente incómodas.



La transgresión humorística del Quijote consiste en transponer a un paisaje cotidiano y real las acciones propias de la fantasía. Un tema perfecto para Daumier, que aquí nos ofrece un Sancho concentrado en una acción muy cotidiana mientras Alonso Quijano espera dignamente con la vista perdida en su mundo espiritual. Honoré Daumier, cariñoso y cercano maestro de la gráfica.

Si el arte no parece considerarlo sino desde el punto de vista estético –¿cómo despreciar a un Daumier o un Steinberg?–, el mundo del diseño gráfico, consolidado hoy con un estatus de seria materia de investigación, exige un método racional y un rigor ante los cuales el humor plantea algún problema. Seguramente esto es debido a que los proyectos de comunicación visual se dedican de partida a la obtención de metas totalmente concretas sólidamente positivas y en absoluto se quieren plantear lúdicos cuestionamientos conceptuales, aunque se puedan encontrar todo un grupo de

grandes diseñadores con una clara vena muy expresiva. Aparte de esto, en el diseño sigue existiendo un filtro de entrada para los aspectos más individuales y particulares. Aun así, y siendo complicada su incorporación como género diseñador, hay algo meridianamente claro e incontestable en el humor gráfico como es su absoluta y total pertenencia a lo que se denomina comunicación visual, lo cual tiene, qué duda cabe, mucho que ver con el diseño[2].

La comunicación visual es, sin la más leve duda, la médula del humor gráfico. Sin embargo, la ordenación de los elementos configuradores del mensaje que debe transportar cada pieza cómica es especialmente peculiar y diferente a lo habitual en la gráfica diseñadora porque incluye por definición una incorrección conceptual con la finalidad de divertir. Cualquiera puede adivinar que esta condición establece una gran dificultad de realización, ya que el discurso contiene, en su propia matriz, una transgresión. Por ello, se puede afirmar que estos cometidos visuales solo son accesibles a un reservado grupo de creadores con fuertes dotes expresivas y fluidos conocimientos sobre la confección de una imagen[3]. La conformación de cualquier mensaje resulta así complicada por la precisión necesaria para evitar las previsibles interferencias entre emisor y receptor. Al añadir un contenido premeditadamente indebido, los objetivos a alcanzar se sobrecargan, pues deben avisar visualmente de la anormalidad para que la transgresión sea aceptada por el otro. Y, puesto que el humor tiene la finalidad de una comunión lúdica con el espectador, se hace imprescindible una estudiada planificación conceptual y el dominio de la simbología visual.

Se puede ubicar al humor gráfico dentro de esa vena diseñadora más expresiva o en lo que se denomina «autoencargo». Este tipo de piezas serían aquellos proyectos que parten de la iniciativa particular de su realizador, es decir, que no pertenecen al habitual encargo ajeno. Estas obras, que eran antes algo insólito, hoy en día son bastante usuales en muchos diseñadores, que elaboran creaciones motivados por el impulso de materializar algo interesante desde su punto de vista personal. Este concepto del autoencargo encaja con esa primera imagen que se tiene desde el exterior del humorista gráfico como alguien crítico con la sociedad, un inteligente observador con ideas propias y que se mueve dentro

de un territorio libre de presiones. Esta visión es cuestionable en la realidad por cuanto es un hecho que el autor del humor, en general, está condicionado por el medio donde publica, que lo ha elegido por su afinidad con los objetivos editoriales, lo que significa que el perfil de su ideología y manera de hacer se adecua al target concreto de la audiencia del entorno donde exhibe sus piezas. Es decir, su libertad no es tan grande porque ha sido aceptado por la idoneidad del concepto, contenido y tono de su obra para el interés y finalidad del lugar donde publica.

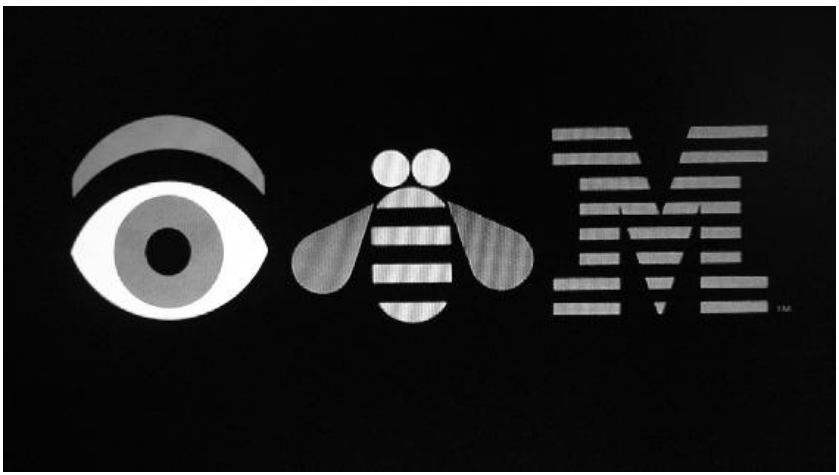
Algo muy importante que el humor gráfico tiene en común con las realizaciones diseñadoras es la necesidad de éxito, la funcionalidad de su acción. Siendo imperativa la obtención de eficacia, su factura exige una responsabilidad total y completa, un contrastado compromiso con el resultado perseguido. Significa esto que si el humor no alcanza su finalidad –que es la diversión–, simplemente pierde su sentido y deja de existir. Por esta razón, el análisis de ese delicado mecanismo que tiene la imperativa exigencia de su éxito comunicador se convierte en realmente interesante.

La complicidad del receptor, su connivencia con el emisor, con quien comparte el absurdo y la irrealidad de la propuesta, es algo digno de estudio desde el punto de vista del mecanismo diseñador utilizado. Si el principal y definitivo objetivo del humor es la convergencia entre la inteligencia del autor y la del espectador, el proceso para lograr esa imprescindible meta es un perfecto campo de observación para un artista del campo comunicador. El necesario éxito en la transmisión de su mensaje, la indispensable eficiencia, propia de la de cualquier oficio mecánico, donde el resultado final –el «funciona o no-funciona»– es determinante, le hace coincidente con la materia diseñadora donde el cumplimiento de objetivos es vital. Con el humor, pues, estamos ante un campo central de la comunicación visual en su sentido más puro, riguroso y radical.

Para permitir a la mente acceder a sus sentimientos más profundos, el humorista debe abordar una delicada misión de demolición de nuestras barreras psíquicas. El receptor disfrutará, de esta manera, de una liberación que descubre sus pensamientos íntimos, su mundo emocional. El objetivo del realizador es, por tanto, transmitir ese impacto. Para lograrlo tiene que mantenerse al margen de las

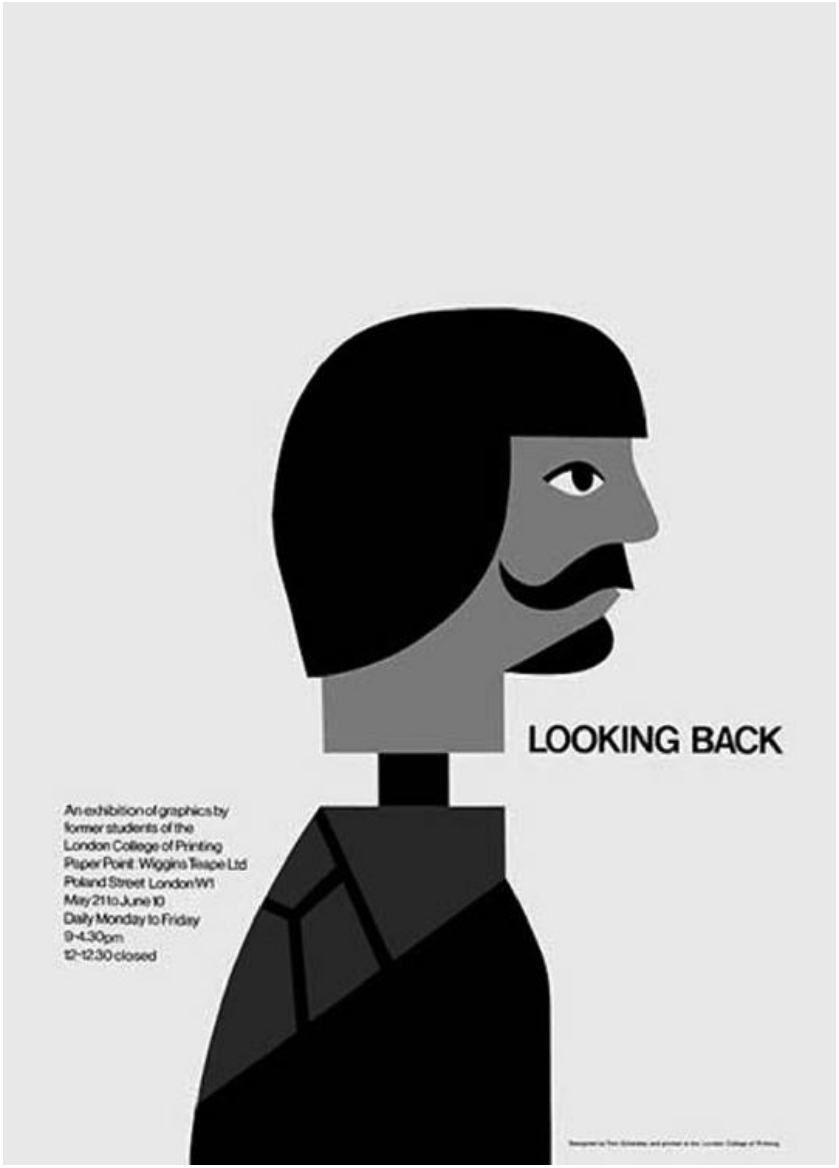
emociones y regirse por una técnica lo más perfecta posible. Es decir, como observó el gran filósofo ilustrado Diderot: no debe sentir, sino saber comunicar esos sentimientos[4].

La perspectiva que ofrece el diseño gráfico y su efectividad proporciona a lo cómico el privilegiado ángulo de observador de las conformaciones destinadas a una impecable acción de su mecanismo comunicador. Aspectos centrales del ámbito del diseño como el contexto –la connotación– serán los objetivos previos que van a definir el horizonte, las formas y conceptos predestinados a una misión concreta o los condicionantes simbólicos propios de las interfases más exigentes, ya que está impregnado todo de la extraña finalidad de su proyecto: la correcta elaboración de lo incorrecto.



Paul Rand, IBM logo variation. Un diseño de clara complicidad con el espectador, como esta divertida variación del logotipo de IBM de mediados del siglo XX.

La revista Adbusters de Vancouver (Canadá) se dedica al activismo social con un gran sentido del humor y una moderna y fresca imagen. Entre sus irónicas propuestas incluye en su web toda una serie de posibles descargas «Anti-logo». A la derecha, una confluencia del diseño, humor, crítica y comunicación visual.



«Looking back», 1979. El diseñador holandés Tom Eckersley plantea con frecuencia en sus piezas gráficas un evidente humor.

El humor está muy presente en el diseño actual, como demuestra la constante compañía del ludismo, la provocación y los juegos con las formas tipográficas y las imágenes que impregnan este mundo en las últimas décadas. La publicidad, como campo gráfico, es hoy en día inconcebible sin conceptos cargados de humor. Nuestra cotidianeidad se ve asaltada por propuestas comerciales donde el atractivo de una visión divertida y sorprendente es casi imprescindible. Si a mediados del siglo XX Paul Rand había incorporado el humor a su eficaz diseño, desde los últimos años 1960 el Push Pin Studios, de Seymour Chwast, Herb Lubalin o Milton Glaser plantearon una gráfica que criticaba a la vez que refrescaba el impresionante predominio del sobrio y elegante Movimiento Internacional. Con las corrientes antidiseño, radicales, posmodernistas y deconstructoras, se incorporaron ya sin complejos piezas con aspectos burlescos y paródicos, siempre con la sana intención de utilizarlos como divertida arma arrojadiza formal y conceptual, como afirmación contra la austeridad institucional. Algunas revistas de diseño y arte gráfico en general realizaron ya antes de la arribada del siglo XXI cuestionamientos sarcásticos e incorporaron excelentes piezas visuales cargadas de ironía. Pero este estudio, al margen de hacer alguna referencia al humor que tiene el diseño gráfico, tiene su centro en el mecanismo diseñador que tiene el humor gráfico.

El carácter particular y expresivo que posee el humor gráfico lleva, por otro lado, al sentido artístico característico de muchas de sus realizaciones. Al tocar la palabra arte es evidente que me adentro en temas mayores, altos lugares de concreción cultural, estéticas y conceptos relevantes, referencias históricas que marcan y definen civilizaciones, etc. El humor, de nuevo, no termina aquí de encajar al ofrecer su apariencia de algo rasante, familiar y cotidiano; atrevido, sí, pero nunca para una refinada consideración, para un trato especialmente elevado. Aun así, lo indudable es que el arte actual realiza constantemente una función de provocación visual, de complicidad, de popular guiño a la sociedad, de transgresión y distanciación, inequívocamente humorística, desde los dadaístas y, por supuesto, surrealistas o conceptuales. De nuevo, aquí se observará, más que la presencia humorística en el mundo creador, las creaciones que realiza el propio humor gráfico.

Al margen de su poder de influencia en el mundo de la comunicación pública o en el del arte, la comicidad tiene su propio espacio gráfico. Es tal la amplitud de este territorio, es tan grande la oferta de imágenes con que este mundo cuenta, que es obligado marcar sus ejes y sus límites. Desde las obras que se ofrecen desnudas, sin apoyo del texto, a las arropadas por la palabra, y desde las aisladas a las secuenciales –las llamadas tiras o incluso las páginas.

Para delimitar la cuestión medular del estudio es razonable fijar el foco en la «gráfica cómica», basada en una imagen acompañada o no de texto. Centraré, pues, el interés en el humor estático que se desarrolla sobre un papel o sobre una pantalla (hoy tan extensamente utilizada en ordenadores, tablets y smartphones). Esto automáticamente deja a un lado las obras con apoyo sonoro o aquellas de secuencia cinética o cinematográfica, que también son gráficas, por supuesto. De ningún modo obedece esta limitación a razones conceptuales, sino a un mínimo ahorro metodológico a fin de no dispersar el campo de análisis y poder concretar las principales partes de un mecanismo que, por extensión, se podrá más tarde aplicar a los excluidos, pero que ahora exigiría explicaciones laterales de las que conviene momentáneamente prescindir.

La gama de posibilidades que quedan incluidas es amplísima. Es muy difícil imaginar la variedad tipológica que abarca el humor gráfico. Sin hacer referencia a criterios técnicos ni de procedimientos materiales, sino simplemente a las posibilidades estilísticas, recogemos imágenes que van de la brutalidad a la belleza, de lo grosero a lo elegante, de lo barrocamente desarrollado a lo sintético, de lo realista a lo fantasioso. Y temáticamente aparece un enorme espectro explícitamente visual como las posibles combinaciones iconográficas o el propio juego del dibujo, con su oferta de representación o su realidad lineal. Qué decir de la diversidad de posibilidades respecto a la contextualización cultural y temporal, la aproximación al entorno, la actualidad o carácter histórico, con sus ramificaciones correspondientes. Cómo no hacer referencia a sus tonos paródico, caricaturesco y personalizado o a otros más abstractos y genéricos. Otras cuestiones a tratar son sus posibles contenidos e intenciones sociales, políticos, infantiles,

eróticos, religiosos, profesionales, filosóficos, escatológicos, etc.

Dispongámonos, pues, al análisis de la elaboración de esas transgresiones necesarias, de los grafismos que relacionan incorrectamente convenciones y tópicos, que señalan errores lógicos de nuestro sistema intelectual. Adentrémonos ya en un observatorio de esas cuidadas construcciones que, después cada demolición conceptual, nos ofrecen una sutil afirmación, una seria reflexión después de un planteamiento frívolo. Conozcamos algo más este curioso planeta.

Notas al pie

[1] Se considera cómico al efecto de lo divertido, mientras el humor se refiere a lo elaborado. Al abordar aquí la configuración del humor gráfico, lo cómico lo entiendo como su resultado.

[2] Mi experiencia como profesional del diseño y el humor gráfico me anima al análisis de un mundo que conozco y al que creo poder aportar alguna luz. Sin embargo, procuraré actuar con prudencia cuando deba acudir a materias en las que no soy experto, como la semiótica, la psicología social o el psicoanálisis, imprescindibles para asentar el discurso de este ensayo.

[3] Joan Costa ve el diseño gráfico como «una forma creativa de combinar imágenes y textos para vehicular significados y provocar sensaciones y reacciones de acuerdo a una intencionalidad comunicativa concreta». Es decir, el diseño gráfico como planteamiento transmisor de una propuesta previa, estudio de los mecanismos necesarios para conseguir que un mensaje llegue con toda su fuerza, decidido de una determinada manera. El humor que se vale de imágenes, como hemos apuntado antes, coincide plenamente con ese esquema propio del mundo de la comunicación. Ver Costa, J. (1988), Imagen global. Enciclopedia del diseño. Barcelona: CEAC SA, pp. 14-15.

[4] «El comediante ideal es el que es capaz de olvidar completamente

su sensibilidad para convertirse en un técnico de la interpretación» (Diderot, 1769, La paradoxe du comédien, trad. esp. de Guadalupe de la Torre, 2003. Buenos Aires: Longseller).

Capítulo 1

La razón de la sinrazón

«Nada hay más terrible que una ignorancia activa»

J. W. Goethe

La necesidad básica que los humanos tenemos de ordenar la realidad nos obliga a rodearnos de convenciones[1]. Nuestro razonamiento nos lleva a establecer un sinnúmero de formas en que se apoya nuestra conducta y que resultan básicas para protegernos de lo contingente y azaroso de la realidad cotidiana. Nuestro afán teorizador nos hace crear abstracciones que catalogan las informaciones del mundo de los sentidos y proporcionan a nuestra mente un escudo defensor ante la imprevisibilidad de la vida. Sin ánimo de penetrar en terrenos ajenos a la especialidad de un profesional del diseño y el humor gráfico, considero importante abordar brevemente estos asuntos desde la teoría a fin de comprender mejor el discurso de la mecánica gráfica del humor.

Mediante este marco formal abstracto conseguimos –o creemos conseguir– un razonamiento compacto y coherente, pero en realidad selectivo y crítico, ya que por medio de él todas nuestras percepciones de la vida exterior quedan ubicadas y clasificadas dentro de ese entramado sin el que nada tendría sentido. Este sistema racional que nos protege y da solidez y seguridad a nuestras conductas al conseguir formalizar y ordenar los datos externos presenta, sin embargo, inconvenientes claros. Uno especialmente grave es que limita la exteriorización espontánea de nuestros sentimientos más íntimos y auténticos. El resultado final es que el orden que establecemos para nuestra vida no nos permite una serie de libertades y coarta nuestras expresiones.

Por otra parte, ese mundo que pretendemos tener ordenado en

nuestra cabeza, nunca lo está, en realidad, auténticamente. Por formalmente correcto que aparezca, es imperfecto y falsamente libre, al haberse compactado artificialmente y necesitar aparentar, sin embargo, una solidez que permita la capacidad de actuación coherente. Las libertades reprimidas para conseguir esa solvencia precisarán, por eso, de escapes que, de una u otra forma, acabarán obteniendo.

JUEGOS

Un recurso aceptable para mostrar nuestros sentimientos esquivando la rigidez que exige la coherencia exhibida socialmente es el juego en sus diferentes versiones.

El juego sirve a los niños –nos ha servido a todos– para hacerles accesible la realidad. El niño elabora constantes combinaciones con su entorno aparentemente disparatadas que le permiten ir estableciendo su propia manera –esquemática– de entender la vida y así aceptar y encauzar la diversidad de lo que observa. Son simulaciones de la realidad por las que sus mecanismos formales se hacen más comprensibles y asimilables[2].

Al ir avanzando hacia la edad adulta, aceptamos y entendemos mejor las formas sociales e incorporamos aquello aprendido por medio del juego a nuestra cada vez menor actividad lúdica cotidiana. A una mayor integración en la formalización y normalización de todo corresponde, pues, una progresión inversa con la necesidad de juego explícito. Con el paso del tiempo, el placer de «disparatar», de «jugar» o de «divertirse» va reduciéndose. Pero nunca desaparece del todo. Siempre permanece el gusto por establecer nuevas combinaciones con los elementos cercanos, los que tenemos a la vista.

La conclusión a la que llegamos es que a través del juego y su simulación de la realidad los niños aprenden una conducta social «compacta» y consiguen formalizar y ordenar un mundo hasta entonces fluido y continuo[3]. Sin embargo, ese proceso de

construcción y generalización de un sistema mental ordenado es costoso y debe superar muchísimas incongruencias para convertir la vida en aceptablemente coherente. Es también obvio que nunca será completo ni real, que dejará muchas cosas fuera de su campo, lo cual tendrá consecuencias. Según Edmund Leach[4], el establecimiento de un mundo de fenómenos ordenados lleva al error y cualquier forma o hecho al margen de esa coherencia deja al descubierto la artificialidad de ese orden y, por ello, es declarada «tabú».

LOS «ESPACIOS FINITOS DE SIGNIFICADO»

El mundo interior, que bulle auténtico, queda, pues, difícilmente accesible debido a la autocrítica que dirige nuestra vida. Al ser formalmente inconveniente su cuestionamiento es considerado definitivamente prohibido.

Sin embargo, hay algunas maneras de desvelar ese universo, y sorprendentemente todas tienen que ver con el juego. Una de ellas es el sueño; es más íntima, ya que la experimentamos de modo personal y particular, pero es pasiva. Otras, más o menos comunicativas y sociales, son el arte, el sexo y el humor. Mediante diversos mecanismos, en todas ellas nuestra mente se libera de sus propias ataduras formales y puede mostrar sus sentimientos reprimidos.

Peter Berger utiliza la palabra «subuniversos»[5] para denominar a esos estados de emigración de la realidad, de espontaneidad, de salto a mundos más particulares. Estos subuniversos son intervalos que realizamos entre actividades serias de nuestra vida habitual. En esos breves momentos, interrumpimos de alguna manera nuestro discurso con la vida cotidiana y nos adentramos en enclaves fuera de lo que creemos «realidad». Nuestra actividad cotidiana queda en suspenso, nuestro interior, nuestros instintos, nuestra espontaneidad brotan, el tabú se rompe y lo informal, lo prohibido, emerge. Estos espacios son realidades exclusivas y cerradas, «parcelas finitas de significado», según las denomina Alfred Schutz[6].

Estas «parcelas» muestran lo que por razones de compacidad y coherencia permanecía cuidadosamente oculto. Por tanto, suelen considerarse socialmente incorrectas, subversivas, peligrosas, y normalmente son –la colectividad presiona para que sean– experimentadas de forma contenida, controlada. Solo de esta manera resultan aceptables para la sociedad[7].

Lo cómico obliga al espectador a realizar una abstracción, le fuerza a someter algo a un análisis intelectual al sacarlo del contexto

conocido y conducirlo a otro por medio de un juego. Gary Larson, «The Far Side Gallery». Kansas City, Chronicle Publishing Co., 1984.

LOS REVESES DE LA RAZÓN

El juego cómico es uno de los espacios a los que el individuo puede volar abandonando la realidad de la vida cotidiana. El sistema especial lúdico del que el humor se sirve para evadir el tabú y acceder a nuestro mecanismo mental profundo consiste en encontrar una forma común a dos concepciones distintas que son coherentes en su interior pero incompatibles una junto a otra. A. Koestler llama «bisociaciones» a las conexiones entre dos ámbitos hasta entonces sin relacionar. El humor, por medio de estos encuentros, penetra en el terreno de lo prohibido[8]; deja en evidencia, mediante este juego formal, un «fallo» conceptual, donde el tabú aparece con una sorprendente corrección, incontestable formalmente. Se pone así en paralelo el absurdo con los convencionalismos que dominan nuestras formas, lo incorrecto con el orden establecido, lo anormal con los tópicos más aceptados. Es el mundo al revés.

Edward De Bono explica este proceso transgresor desde otra perspectiva. Parte de la base de que nuestra mente funciona mediante patrones establecidos, es decir, mediante el reconocimiento de formas (las convenciones, bien sean conductas, ritos o costumbres) que nos son familiares, que tenemos asimiladas. Al irrumpir una nueva relación nos desconcierta, porque descompone la conexión antigua del patrón que ya teníamos aceptado[9]. Si se añade al mecanismo un componente de complicidad provocará una liberadora reacción placentera al descubrir el insospechado vínculo, que hará que nos riamos.

La risa como catarsis, según Girard, surge cuando existe una amenaza, bien a nuestra capacidad de controlar una situación, bien a una conducta, a unos sentimientos o a unos deseos. Sin embargo, advierte que esa amenaza no deberá ser muy real ya que, en ese caso, nos abrumaría. Si no lo consigue o solo nos abruma

relativamente, seremos conscientes de que no equivale a nada, que es una fantasía, que está lejana, y la risa aparecerá. De este modo, nos consideraremos «arriba» ante una amenaza que está «abajo». La distancia que necesitamos para ver así la situación se adquiere por un lugar «marcado» (un escenario de comedia, por ejemplo) o por la lejanía en el tiempo o en el espacio (sonreímos ante un recuerdo, algo claramente pasado y ya inofensivo)[10].

Lo cómico, el humor, no busca con este planteamiento enloquecido ningún objetivo destructor, sino solo arrojar una duda sobre lo comúnmente aceptado. Su máximo logro será provocar una reflexión, relativizar el mundo formal y revisar por un momento el entramado conceptual que nosotros mismos –nuestra sociedad– hemos establecido. Lo más que hará será delatar lo artificial, lo ficticio y lo hueco mediante una sacudida a nuestro sistema al confrontar dos conceptos, ubicando una forma común a ambos que muestra una conexión entre el modelo mental y la metáfora que porta la propuesta humorística. Esta manera nueva, sin embargo, nada tendrá de caprichosa ya que desde este lugar obtiene el botín de una nueva relación significativa.

Por medio del imprevisto enlace, obtenido a través de ese atajo mental –por fantasioso que sea–, el humor ofrece un punto de vista distinto al asentado en nuestro sistema intelectual. Realiza por tanto una acción inteligente al hallar otra manera de comprender, de aplicar una forma teórica que ya teníamos instalada y aparentemente bien ubicada para interpretar otros territorios desconocidos o hasta ahora no relacionados[11].

Esta visión nueva e insospechada que remueve y distorsiona, que altera el acostumbrado orden, la rutina, la autoridad y la norma, sirve para distanciar nuestros problemas e iluminarnos en lo temporal y conceptual. Lo sorprendente es que de inmediato –es condición ineludible–, nada más sacudir aquella realidad supuestamente coherente, seria y ordenada, se nos hace volver a ella.

El mundo irreal y fantástico al que nos ha transportado, anulando provisionalmente nuestro sistema mental habitual, estableciendo su propio reino donde las reglas normales no existen sino para ser burladas, nos conducirá solo momentáneamente a la libertad. Como

cuando acaba cualquier juego o sueño y se regresa a la actividad de la vida normal también se puede decir «era una broma»[12].

Miguel Mihura describió bien ese efecto «distanciador», concreto y claramente delimitado, reflexivo, cuando dijo que «lo único que pretende el humor es que, por un instante, nos salgamos de nosotros mismos, nos marchemos de puntillas a unos veinte metros y demos media vuelta a nuestro alrededor contemplándonos por un lado y por otro, por detrás y por delante, como ante los tres espejos de una sastrería»[13].

Ese observatorio diferente que las propuestas humorísticas de carácter gráfico nos proporcionan cotidianamente se nos ofrece a través de muy distintos medios: prensa, televisión, internet, cine, redes sociales... Podemos así ver este mundo a través de un prisma deformador que trastoca nuestro sistema, se burla de él, lo ridiculiza y nos hace soñar, pero que al instante nos devuelve a la realidad, como si nada hubiera hecho, como si no quisiera habernos molestado con su breve, vital y sorprendente aldabonazo relativizador.

Notas al pie

[1] Luigi Pareyson en su Estetica estudia los «modos de formar», elabora una fenomenología sobre las relaciones entre las partes y la obra completa en el mundo del arte. Es de gran interés su concepto de Formatividad. Pareyson ofrece un concepto del arte como forma, entendiendo esta como organismo, como formación con vida autónoma. Véase Pareyson, L. (1960), Estetica. Teoria della formatività, Bolonia: Zanichelli.

[2] Véase Piaget, J. (1951), Play, Dreams and Imitation in Childhood, Londres: MacMillan.

[3] Ritter dice que el humor es una forma de juego, pero también es una forma de filosofía que muestra los límites de la razón frente a la inmensidad de la realidad. Ritter, J. (1974), «Ueber das Lachen», en

Subjektivitaet. Frankfurt: Suhrkamp, p. 62.

[4] Edmund Leach observa que el niño, para manejarse bien en el mundo, debe ordenar, categorizar y generalizar. Así conseguirá considerarlo como «coherente» y ordenado. Esa percepción de orden es muy útil, pero frecuentemente errónea y artificial. Las pragmáticas generalizaciones llevan con frecuencia a consecuencias indeseables para nuestro pensamiento. Leach teoriza sobre esos malos frutos de la generalización, los estímulos y situaciones que escapan a nuestro orden, y llega a la conclusión de que son simplemente declarados tabú, suprimidos por nuestro razonamiento Véase Leach, E. (1963), New Directions in the Study of Language, Lenneberg: Massachusetts University Press.

[5] «Subuniverso» es un término que utiliza Berger, tomado de William James. Berger, P. (1997), Risa redentora, Barcelona: Kairós.

[6] Schutz, A. (1962), On multiple realities. Collected Papers, vol. 1. La Haya: Nijhoff, pp. 207-208.

[7] Al adentrarse mas allá de las apariencias del orden social, el humor nos muestra otras realidades, nos revela que lo aceptado cotidianamente como correcto y normal no lo es, que las cosas no eran como se presentaban. Por ello es potencialmente peligroso.

[8] Leach (1963) teoriza sobre las situaciones que escapan a nuestro orden artificial. Llega a la conclusión de que son tabú aquellos conceptos que perteneciendo a dos categorías simultáneas, no pertenecen a ninguna. Son la materia del humor.

[9] Edward De Bono explica la utilización del patrón como ahorro intelectual, al llamar a lo establecido, a la conducta esperable. Muchos chistes plantean habitualmente en su desarrollo la repetición para establecer la pauta del patrón y tener así disponible un último episodio para la transgresión. Véase De Bono, E. (1990), I Am Right You Are Wrong, Oxford: Oxford Univ. Press.

[10] Véase Girard, R. (1975), La violencia y lo sagrado. Caracas: Ed. Biblioteca Universidad de Venezuela.

[11] Ver el estudio de Cristina Peñamarín (1996), «El humor gráfico y

la metáfora polémica», La Balsa de la Medusa, nº 38-39, pp. 107-132, Madrid: A. Machado.

[12] Lo cómico obliga a realizar una abstracción al que lo percibe, le fuerza a someter algo a un análisis intelectual al sacarlo del contexto conocido y conducirlo a otro por medio de un juego. Según Berger, «el humor muestra los límites de la razón frente a la inmensidad de la realidad»; «la incongruencia entre el hombre, que siempre busca el orden y las realidades desordenadas del mundo empírico». En Berger (1997), pp. 72-77.

[13] Mihura, M. (1948), Mis memorias, Barcelona: José Janés Ed., p. 230.

Capítulo 2

El diseño gráfico del humor

«El comediante que solo posee sensatez y prudencia es frío.

Aquel que solo tiene inspiración y sensibilidad, está loco.»

Diderot. Carta a Mademoiselle Jodin. 1765

Lo cómico se contrapone, por esencia, al orden, a la lógica, a lo ejemplar. Siempre se ha relacionado –y con algo, al menos, de razón– con lo crítico, lo indebido, lo irracional, lo contrario, lo intuitivo, lo incontrolado y hasta, en muchos casos, con lo malvado.

En un ámbito como el del diseño, por el contrario, debe reinar la planificación y la búsqueda de la más eficaz metodología para alcanzar los objetivos propuestos. Así, en él se plantea algo que de entrada poco o nada tiene que ver con lo cómico, al ser un lugar donde debe ser cuidada especialmente la corrección y el razonamiento previo, donde establecer líneas lo más directas posibles hacia unas previsibles metas, donde estructurar un sólido orden de marcha... Se puede, en fin, identificar el diseño con un mundo donde se aspira a que domine, si se recuerda El Nombre de la Rosa, no «la risa», sino la «parábola transparente»[1].

Algunos no muy entendidos en el mundo del humor gráfico podrían considerar que sus realizaciones son producto de la improvisada y oportuna imaginación de un determinado artista, es decir, que son «ocurrencias» circunstanciales más o menos logradas. Creerían, pues, que no han estado sujetas a unos objetivos previos y que en su elaboración no ha habido una misión concreta prevista para las formas y conceptos que se conjugan. En el mejor de los casos, si se intuye que han supuesto una compleja realización formal por la que podrían ser incluidas dentro del ámbito diseñador, habría un

menosprecio ante la contemplación de su finalidad transgresora. Planea sobre su horizonte el concepto de «banalidad».

El mundo del proyecto comunicador parece, por tanto, incompatible con el de lo cómico, ya que en ámbitos donde lo funcional o la eficacia gobierna es automáticamente considerado lo lúdico un valor añadido, o, en todo caso, algo menor, una anécdota. Porque lo cómico, no hace falta repetirlo, se opone a lo recto y formal. Aunque sea una incuestionable obviedad jamás se debe aceptar que la configuración de lo cómico no sea seria, ni que la concepción, elaboración y finalidad del humor no sean temas absolutamente rigurosos, alejados de toda superficialidad. A destacar este tema, en realidad, están dirigidas todas la reflexiones de este estudio.

Si en el diseño detectamos «neutralidad» o «discreción», valores que con frecuencia se buscan, quizá con la idea de dotarle de una mayor perdurabilidad, en el humor definitivamente jamás se encontrarán tales cosas. La apariencia de inconveniente y antiformal impregnan su esencia. En su seno se encuentra lo personalmente afectivo, entendido como aquello que nos conecta con los demás, con el otro. La «eficacia» o «utilidad» del mensaje humorístico no se logra sino por medio de valores colectivamente críticos, incisivos o meramente lúdicos.

Considerando, sin embargo, el diseño en sentido amplio, como un campo en el que se lleva a cabo una intermediación con el entorno visual, como la «interfase» organizadora de símbolos y relaciones con la sociedad –es decir, si lo vemos como estudio de los mecanismos necesarios para conseguir que el mensaje llegue con toda su fuerza comunicadora–, entonces habría mucho que decir y podrían extraerse conclusiones provechosas del humor gráfico. Porque sus formas y maneras incorrectas, dirigidas a la diversión, tienen una interesante maquinación diseñadora, al verse obligadas a transportar sus reflexiones sobre soportes específicamente marcados y necesitar una estricta e increíblemente precisa comunicación para un público amplio.

Abordemos estas consideraciones sobre la relación diseño- humor desde dos prismas puramente diseñadores: la comunicación visual y el mundo del encargo.

HUMOR Y COMUNICACIÓN VISUAL

La visión no es una simple lectura de la totalidad de los elementos a nuestro alcance, sino solo de unos pocos y selectos: aquellos que entendemos, los que significan algo para nosotros, los que reconocemos como familiares. Es decir, que nuestra percepción solo se activa ante esquemas significativos, conformados adecuadamente. Tenemos una necesidad de simplificar y esto hace que solo reconozcamos los esquemas sencillos, es decir, que al colocarnos ante un conjunto visual, inmediatamente buscamos ubicarlo en uno de los lugares establecidos en nuestro casillero mental.

El mayor problema con el que se enfrenta el humor es el de ser percibido adecuadamente. El logro de una inteligencia plena entre el autor y el espectador es simplemente imprescindible porque, si no, pierde su entidad. Su reconocimiento como humor, su existencia misma, estará condicionado a su claridad comunicadora, lo cual incluye un «lenguaje» comprensible, es decir, contrastado, coherente y equilibrado. Hay una imperiosa necesidad de facilitar el reconocimiento de esquemas significativos en su configuración, y esto exige que los elementos del mecanismo deban ser estrictamente los precisos. El conjunto de piezas que lo componen tiende, caso de que algo faltara o sobrase, a degradar su eficacia de manera crucial. Son imprescindibles juegos con reglas claras y sencillas que consigan el «puente mental» entre autor y espectador[2].

El humor reúne toda una batería de elementos para dirigirse con impecable precisión a una extraña finalidad: su propia vulneración. La dinámica contextualización-transgresión es la que nutre al mundo humorístico y este es precisamente una de las claves: la primorosa, cuidadosa y compleja construcción de un sencillo paisaje, unos personajes de clara identificación, una situación conocida… y su estrepitosa ruptura. Al reclamar el humor gráfico una ubicación y exhibición perfecta de un contexto, la exacta descripción de una situación unívoca, conocida, para alcanzar su objetivo, su intención y su transgresora razón de ser, se hace, por

tanto, evidente la necesidad de una calculada precisión, de un concreto diseño que haga eficaz su acción.

Las realizaciones humorísticas exigen, además, una definición formal concreta. Si en el estricto mundo del arte se puede aceptar que puedan incluirse mensajes sugeridos, en el humor, por el contrario, todo –incluso lo inducido o indirecto– debería ser evidente, marcado y «extrovertido». Una imagen de significado complejo, ambiguo o incierto no sirve, ya que el discurso del humor debe ser predecible en el grado más alto posible.

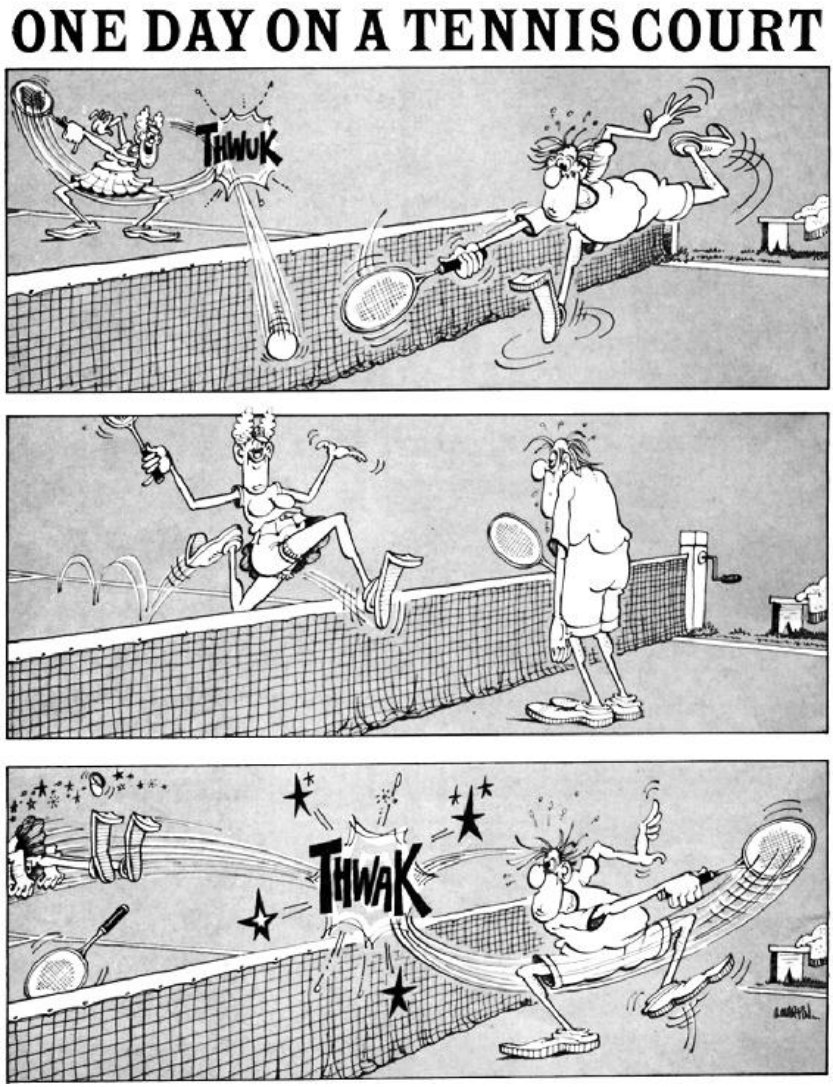
El humorista, por tanto, tiene como misión crear un marco que sea compartido con el espectador y conseguir que se implique en él. El juego propuesto requiere complicidad. Ambos, autor y espectador, deben reflexionar, criticar o divertirse conjuntamente. El autor tiene por tanto que esquematizar su propuesta, facilitarla, hacerla inteligible, con una finalidad obligada: la eficacia cómica. La razón para ello es que, si los receptores no consideran interesante el mensaje humorístico debido a que la carencia de estímulos que proporciona –sea porque no lo pretende o porque no lo realiza adecuadamente–, corre el peligro de dejar de ser percibido como tal, diluir totalmente su efecto y, por tanto, dejar de ser entendido, perdiendo su sentido y el interés del receptor. Es decir, que una obra mal comunicada no provocará ni rechazo, ni desagrado, ni decepción, sino algo mucho peor: indiferencia. No será observada, no será tomada en consideración por nuestro cerebro, solo atento a lo interesante, a lo significativo, dejando, por tanto, de apreciarse.

Al ocuparse de la estructuración y organización de las formas visuales, el diseño gráfico se convierte en materia obligada para dicha comprensibilidad del humor. Como decimos, resulta fundamental la interfase[3], la pieza que relaciona al usuario con el objeto; en el caso de humor gráfico, la clave mecánica que obligadamente debe hacer converger al artista con el espectador-lector.

La transmisión impecable del contenido conceptual para que sea recibido por parte del espectador-lector es, por tanto, crucial para su eficacia porque la meta del humor es compartir el hallazgo cómico. El destinatario del humor debe participar en el contenido del mensaje con tal intensidad que se apropie de él, que lo haga

suyo. La extravagancia de la pieza tiene que lograr asociar a la propuesta del humorista el regocijo del receptor. Se puede decir que en la configuración del humor la decisión gráfica adoptada (exactamente igual que en el diseño) ha de resolver el problema comunicativo planteado; lo contrario acarrea gravísimas consecuencias: un humor mal transmitido, imperfecto, no comprensible, se diluye y desaparece, no es humor[4].

Por tanto, para que el espectador interprete la propuesta en el mismo sentido que el autor desea, este debe tomar sobre sí el trabajo de facilitar las claves del mensaje. El humor gráfico precisa, por eso, de la elaboración de una cuidosa configuración, que incluye la relación contextualización + trasgresión, es decir, una perfecta comunicación visual del juego forma-concepto.



Don Martin, «One day in a tennis court» (Revista Mad 118, Julio 1974). La infracción que realiza el humor nos pone ineludiblemente ante lo que en verdad pensamos sobre algo, ante lo que realmente somos. Activa un mecanismo cuyo resultado será una catarsis: la risa como reconocimiento, ya que nuestra real manera de pensar ha sido desvelada.

EL ENCARGO DEL HUMOR

El humor es la capacidad humana para percibir aspectos ridículos o absurdos de la realidad y destacarlos ante los demás de forma ingeniosa. El humor nunca va dirigido a descubrir la verdad ni posee una precisión constructiva, ya que su misión es la opuesta, ir «a la contra» y evidenciar la mentira. Y esa labor de descubrimiento o «denuncia» de lo tapado no es fácil ni gratuita, por mucho que adopte apariencias frívolas o estúpidas.

El diseño gráfico es el planteamiento comunicador de una propuesta previa, el estudio de los mecanismos necesarios para conseguir que un mensaje llegue con toda su fuerza y la decisión de transmitirlo de una determinada manera. La pregunta inevitable que surge con el humor es si necesita para su configuración de un proceso inteligente, con unos propósitos unívocos y una ordenación de medios a fines con un control metodológico[5].

La misión de la comicidad gráfica, el presupuesto conceptual del que se parte, la meta perseguida, es crear una visualización del pensamiento del autor de tal forma que el espectador la reciba con la intensidad ideada, obtener la implicación del receptor en el pensamiento del creador, compartir una catarsis transgresora.

Es, por tanto, una labor con unos objetivos previos, una misión, un «encargo», aunque cueste incluir esta palabra en el mundo del humor gráfico. Desde fuera, para un «fan» o aficionado, por ejemplo, es difícil concebir que el artista cómico actúe por cuenta de otro. Es decir, esos maravillosos creadores de inteligentes imágenes y expresivos trazos, que hacen afirmaciones sorprendentes, arriesgadas críticas, simpáticos guiños, sarcásticas caricaturas, desafiantes reflexiones, ¿no son autores autónomos, con ideas propias, sino, aunque parezca inconcebible, «la voz de su amo»? Una contestación a esta pregunta inclinándose por lo último necesita de una inmediata y convincente explicación porque en caso contrario se cierne sobre ella la sombra insoportable de la mezquindad. Es ciertamente horrible pensar que los artistas del humor no poseen completo y absoluto dominio sobre su tarea creadora, que es dudosa su bien cimentada fama de irreductible

independencia, de sincera crítica personal. La identificación que tenemos como espectadores-lectores con determinados humoristas que nos muestran con su obra una senda reflexiva que nos sirve de guía social y moral se tambalea ante la sospecha de sumisión. La idea de «libertad» intelectual inmediatamente se relativiza al relacionarlo con los fines de cada publicación.

La realización de humor gráfico no es un encargo normal, ni un chiste pertenece al mundo de la producción, ni el lector es un usuario como lo concebimos habitualmente. Aunque también se podría cuestionar el convencionalismo que domina la terminología del diseño, donde hay lugares comunes que encorsetan la realidad. Así, no es fácil en una sesuda reunión diseñadora imaginar al «usuario» como esa persona que desayuna en su casa y quizá se le quemen las tostadas, al que le cuesta encontrar el mando remoto de la TV, que lee el periódico precipitadamente, que se acerca al supermercado a comprar algo que se le olvidó un rato antes, en fin, alguien que podríamos ser nosotros mismos o nuestro vecino. Queremos decir, en definitiva, que la persona que, de forma absolutamente inconsciente, entra en contacto con el humor (y con el diseño) pudiera ser cualquiera de nosotros.

EL SERIO PROBLEMA DE LA MOTIVACIÓN O CÓMO HACER PROPIO EL ENCARGO

Es un hecho que el humor –su uso, su ubicación y su finalidad genérica, su presencia gráfica y su dirección conceptual global– está predeterminado de una u otra forma por las condiciones materiales e ideológicas del medio de comunicación que lo vehicula. No surge, aunque pueda parecerlo, por estricta iniciativa del creador, del artista, porque siempre se debe, o bien a los diversos objetivos marcados por la dirección de la publicación donde se exhibe, o bien a coincidencia filosófica y estética –y, no se olvide, económica– con los principios que el editor tiene, con el público a quien se dirige el medio que lo sustenta. Las ideas de un determinado artista siempre están en sorprendente sintonía con la línea de la publicación, se adecuan a su estética exterior, su filosofía interior, su poética o su

política. En definitiva, a sus gustos –y ya es casualidad, por cierto, que ocurra exactamente lo mismo que en el caso de sus ilustradores o de sus ensayistas y columnistas colaboradores–. Esto quiere decir que, dejándonos de rodeos, se permite y estimula su «personal y libre expresión» porque se sabe previamente que sintonizan o que se identifican con ellos y su estilo.

Profundicemos sin embargo algo más en este tema. Insistamos en la convicción que posee el espectador de la «libertad» y «personalidad» del humorista gráfico ante su obra dentro del medio que le ha elegido como grafista. Es evidente su soltura en las propuestas. No hay nada forzado, sino que nacen de su propia cosecha. Pero, entonces, ¿en qué quedamos: posee una libre iniciativa o no? Quizá la respuesta adecuada y correcta es que el buen humorista –como el buen diseñador– «hace suyos» los encargos y desarrolla una energía especialmente creadora que aporta soluciones ingeniosas debido precisamente a su motivación, a que incorpora como propios los trabajos a realizar. Esto se hace evidente en las grandes figuras del humor, al igual que en las grandes figuras del diseño: gozan de una libertad de acción gracias a su prestigio, a que su firma está avalada por una trayectoria brillante que le permite «hacer lo que quiera sin más limitaciones que las necesarias».

También se debe tener en cuenta que el humor gráfico «de opinión» (que es en el que claramente la idea de encargo resulta más rechazable o inconcebible) es un género fundamental y paradigmático pero también minoritario dentro de los muchos que existen. Hay multitud de piezas humorísticas realizadas bajo guion, donde otra persona ha establecido previamente el contenido cómico que el artista que corresponda debe visualizar. Incluso dentro de un mismo medio gráfico podemos observar «encargos» de variado calado porque junto al comentario cómico del asunto principal que domina la actualidad hay otros espacios humorísticos como los dedicados expresamente a la caricatura, que no es raro que estén compartiendo página o sección con el expresamente destinado a la sátira gráfica política, a la vez que en las páginas infantiles hay divertidos dibujos de ingenuo contenido y en la sección de pasatiempos se ofrece una reflexión visual entretenida o un ocurrente juego icónico.

En definitiva, las grandes figuras del humor gráfico, que obviamente son las que deben ser referentes para todos, poseen una amplia libertad para sus realizaciones y más aún en este ámbito tan enormemente individual y subjetivo, aunque su extenso mundo profesional esté sometido como cualquier otro a condicionantes muy explícitos.

LOS OBJETIVOS DEL HUMOR

A diferencia del diseño en sentido estricto, el humor nada tiene que ver con lo que consideramos por definición práctico o útil. El valor de lo cómico no es ni la utilidad ni la productividad, sino la comunicabilidad y la diversión. La relación entre el lector-espectador y el chiste es afectiva, al dirigirse a su filosofía o manera de entender el mundo, y no solo a su comunión con el contenido, sino a su identificación con el emisor, a la común vivencia de una experiencia transgresora singular.

La labor del humor se dirige a demoler y no a construir, a burlar y no a apoyar, a criticar y no a aplaudir. De él nos servimos para dudar de determinadas afirmaciones, remover concretos formalismos y poner en solfa lugares comunes. Es pues un instrumento defensivo y distanciador de las formas sociales.

Oski (exposición antológica en MNBA, Buenos Aires, 2013). El humor siempre se dirige al grupo, planteándole mediante una explícita fantasía la burla de los formalismos que le rodean.

Dentro del paraguas lúdico que guía las acciones humorísticas caben realizaciones con objetivos muy diversos. Algunas tienen como fin cometidos estrictamente cómicos o risibles, mientras que otras plantean una incisiva reflexión filosófica o visual tras el disfraz de lo entretenido; dentro de estas variadas finalidades se ofrecerán temas e imágenes crueles, de humor negro, sarcásticas caricaturas, parodias inmisericordes o representaciones malintencionadas, junto a otras que se dirigen a lo ingenuo, blando e infantil; se pueden apreciar inteligentes e inesperadas

consideraciones analíticas junto a otras de una simpleza estúpida; las hay destinadas al análisis político o social y otras que se centran en lo culinario, en lo erótico o en lo escatológico; inflamadas arengas solidarias conviven con oníricas propuestas invitando a la locura; críticas a situaciones conyugales se encuentran al lado de amables retratos costumbristas, y un variado elenco de tono cómico de parvulario convive con paradojas visuales para espectadores avezados.

Todas estas necesidades lúdicas tienen sin embargo una razón última: la búsqueda que el individuo realiza de estas desviaciones de nuestra manera de pensar, de estas sorpresas conceptuales, de estas «distracciones» de lo serio no es solo la consecución de placer, sino una meta que Swabey define como «la objetividad, algo que trasciende la subjetividad de la experiencia en sí»[6]. Quizá en el fondo se podría encontrar un sorprendente horizonte común a humor y diseño: el de reorganizar formas en un mundo que consideran mal estructurado, donde los grafismos deben colaborar a una mejor armonización del hombre con la realidad del entorno. Mientras el diseño se ocupa de construir y poner orden, la transgresión humorística enfatiza las contradicciones y señala con el dedo los convencionalismos que atenazan al mundo, intentando así una mejor reubicación conceptual.

Notas al pie

[1] «Se habló de la risa –dijo secamente Jorge–. Los paganos escribían comedias para hacer reír a los espectadores y hacían mal. Nuestro Señor Jesucristo nunca contó comedias ni fábulas, sino parábolas transparentes que nos enseñan alegóricamente el paraíso, amén». Eco, U. (1983), El Nombre de la Rosa. Barcelona: Lumen, p. 161.

[2] Jordi Pericot se refiere al concreto juego de la imagen de un enunciado humorístico que, «… ha de provocar que situaciones o ideas que normalmente se ven en el marco de las referencias analógicas y convencionales (…) sean vistas en un nuevo marco de referencia que fuerce al enunciatario a establecer conexiones entre

universos desconectados, pero con un cierto aire de familia (…) que conduzca a aceptar resultados inesperados». Pericot, J., «Jugadas inéditas del juego de la imagen». En Calvera, A. (ed.) (2007), De lo bello de las cosas, Anna Calvera (ed.). Barcelona: GG Diseño. Gustavo Gili.

[3] Véase la reflexión sobre este tema en Bonsiepe, G., 1997, Del objeto a la interfase. Buenos Aires: Ed. Infinito.

[4] Ernst Gombrich destaca el aspecto social del chiste: se distingue del sueño en que es comunicable y por tanto puede valorarse. De hecho, el artista está preocupado por el efecto que hace su obra sobre el público. Ver «El chiste como paradigma», en Gombrich esencial: textos escogidos (2004), Barcelona: Debate.

[5] Joan Costa afirma: «El diseño gráfico es una forma creativa de combinar imágenes y textos para vehicular significados y provocar sensaciones y reacciones de acuerdo a una intencionalidad comunicativa concreta» (entrevista de Raquel Pelta a Joan Costa en revista Visual, Madrid). Añadimos que, en el caso del humor, esa intencionalidad es la «diversión».

[6] Véase Swabey, M. C. (1961), Comic Laughter: A Philosophical Essay. New Haven: Yale University Press.

Capítulo 3 - 1ª parte

Los humores del arte

Crear no consiste en hacer surgir algo a partir

de la nada, sino en hacerlo a partir del caos.

Mary Shelley

El mundo artístico ha ampliado su espectro de forma espectacular en nuestros días. Multitud de nuevas formas y formatos, medios y realizaciones engrosan una lista cuyos límites no parecen adivinarse. Es ciertamente posible que, como decía Pareyson, el arte hoy tenga un nivel más bajo, que haya perdido valor y duración. Pero dejemos que el tiempo sirva de juez para una adecuada respuesta a esta afirmación.

Lo que está fuera de dudas es que nuestra concepción intelectual de lo artístico se ha ampliado, desde hace décadas, con una constante presencia de la provocación, incluso gratuita; que hay una profusa interacción de diferentes formas y contenidos, de tecnologías y medios; que se presentan en sociedad nuevos lugares de intervención; que se establecen áreas híbridas donde conviven y se relacionan materias consideradas antes incompatibles, y que dentro de los espacios artísticos clásicos se incluyen propuestas hasta hace poco claramente exclusivas de la llamada Comunicación Visual.

Para encontrar un punto de inflexión significativo que explique este replanteamiento del mundo del arte habría que retroceder al tránsito del siglo XIX al XX. En aquellas décadas aparecieron drásticos cuestionamientos del papel del arte en general y del mundo de la imagen en particular. En un ambiente de agostamiento y decadencia, románticos, prerrafaelistas y variados historicismos hicieron resurgir bellos temas pretéritos, mientras el Realismo

realizaba una radical llamada a un mayor reflejo de la vida, a un menor subjetivismo, a un mayor contacto con los problemas cotidianos.

Un último y excepcional movimiento de fin del XIX, el Impresionismo, llevó la complicidad en figuración a extremos de intensidad, realizando una particular y fluida interpretación de las formas externas, con predilección por el tema paisajístico. Nada de esto pareció suficiente para solucionar la crisis, porque el siglo XX precisaba encontrar para la ansiada comunión artista-mundo un nuevo paradigma que les sacara de aquel estancamiento. La salida surgió inopinadamente con la aparición de un tremendo desafío al arte según se había entendido hasta entonces, algo que se podría acoger bajo el título de La Transgresión.

«Las transgresiones son la mejor y la peor manera de infringir la ley, lo que tal vez pueda resumirse de la siguiente manera: las transgresiones son atropellos capaces de liberar», según Anthony Julius[1]. Lo distinto y transgresor se descubrió en el mundo del arte como consustancial con él, ya que la acción creadora suponía siempre un cuestionamiento de lo obtenido y así poder alcanzar otros territorios: el hombre no podía quedarse en un punto concreto y debía avanzar, superar el orden cotidiano y pisar espacios de libertad.

Hugo Ball, fundador del Cabaret Voltaire, cuna del Dadaísmo, señalaba al impactante efecto de la acción artística, es decir, la conmoción emocional que esta provocaba, como el auténtico mecanismo de apertura, como el golpe capaz de hacer abrir los ojos, para lo cual el arte era «la ocasión y el método». La pretensión de su movimiento fue «una búsqueda ardiente, cada día más flagrante, del ritmo específico, del rostro soterrado de esta época. De su fundamento y esencia; de la posibilidad de conmoverla, de despertarla»[2].

Desde el primer momento los dadaístas se plantearon la idea extrema de lo transgresor como forma creadora en sí. No había ni concesiones ni reparos en esa búsqueda de los resquicios para perseguir la convulsión del mundo y así sacarlo de su atolladero. Dadá abordó un brutal desafío al arte instituido, renegando de la solemnidad y el alejamiento de lo cotidiano a la que había llegado.

Denunciaba la crisis del pensamiento burgués y su ideal «moderno» del progreso humano, y planteaba que el artista, para «devenir serio», debía olvidar la neutralidad y guiarse por la violación de la norma. La única misión del arte era, para ellos, su autodisolución, su propio desguace, su desaparición. La transgresión era para ellos el sistema adecuado con su radical determinación de reunir lo antes cuidadosamente marginado, de adorar lo banal y ridiculizar lo sagrado, de desmontar lo obvio y celebrar el absurdo. El escándalo se convertía con ellos en útil artístico y ahora valdría más el gesto que la obra en sí, siempre que ese gesto sirviera como acto contra el sentido común y contra cualquier tipo de ortodoxia, que desmontase la moral, la norma, la forma. La meta ideal declarada de Tristan Tzara consistía en unir el Viernes Santo con el Carnaval: «Lo que celebramos es una bufonada y una misa de difuntos a un tiempo»[3].

El primer Manifiesto Dadaísta, escrito por Tzara y publicado en 1918 en la Revista DADA de Zurich, afirmaba: «afortunadamente no todas las flores son sagradas y lo que es divino dentro de nosotros es el despertar de la acción antihumana»[4].

Consciente de que aquello nuevo y desconocido, lo inesperado e inconveniente, lo que creaba incertidumbre y expectación, atraían al realizar lo que la «normalidad» o la «corrección» más temían, a la vez que secretamente deseaban, Dadá se lanzó a la exaltación de la rebeldía, el absurdo y el escándalo, la locura o la imbecilidad, abrazando cualquier radicalidad que consiguiera echar abajo las limitaciones del orden.

«Yo destruyo los cajones del cerebro y de la organización social: desmoralizar por todas partes, lanzar la mano del cielo al infierno, los ojos del infierno al cielo, volver a erigir en los poderes reales y en la fantasía de cada individuo la rueda fecunda de un circo universal»[5].

Tristan Tzara llamó a arrancar de cuajo una moral y conducirla al vacío para alojar al hombre en el experimentalismo vital, como en una «rueda fecunda» en la que los contrarios se prueben. A partir de aquí el paradigma fue la provocación, la profanación, la impertinencia, la heterodoxia, el nihilismo, la revolución…, en fin, lo transgresor elevado a esencia del arte.

EL ARTE Y LA TRANSGRESIÓN DE MARCEL DUCHAMP

Pronto comprendieron los dadaístas que la acción artística exigía conducir no a una mera negación o contradicción, porque la mente precisaba de algo más, eso tan complicado que es la oferta de un nuevo pensamiento. El juego que reclamaba era, si se observaba bien, una reubicación elemental, donde la acción creadora desarmaba, enfrentaba, cambiaba, mezclaba, acumulaba, reducía y, en fin, lograba combinar el conjunto de ingredientes previos en una nueva construcción significativa. Además, ese gusto por lo paradójico y lo nunca visto no podía llegar acompañado de una imposición, no podía significar el forzar la puerta de nadie, porque tan imperativo como evitar la indiferencia del espectador era el obtener su colaboración y participación. La propuesta del arte es siempre compartir un juego, donde la búsqueda de lo insólito debe llevar al ludismo de la incorrección. El receptor sabe –el artista sabe, el hombre sabe– que cualquier juego supone una simulación, algo limitado en sus efectos, donde lo ilusorio se comparte pero tiene un final asegurado, una salida por la que se regresa a la vida cotidiana. Coleridge denominó a este mecanismo que activamos con el juego «una suspensión voluntaria de la incredulidad».

Marcel Duchamp, dentro de Dadá, decidió adentrarse en esta cuestión y fue clave para esclarecerla demostrando con sus acciones artísticas que la transgresión por la transgresión no valía y que la sacudida emocional debía ser acompañada por un juego significativo; es decir, que es algo que debe provocar en nosotros no una simple conmoción sino una reflexión.

Habiendo comenzado como un artista más dentro de los movimientos de su generación de entre-siglos, Duchamp a los pocos años de iniciar su trayectoria se sumergió en una reflexión sobre el propio mecanismo creador. Su búsqueda se centró en una «pintura que hable solo de sí misma (…), aparte del realismo absoluto (…), no tributaria de las escuelas existentes (…): una pintura de la idea»[6].

Duchamp plantó batalla al paradigma mimético o imitativo, cuestionando la representación como fin, alejándose radicalmente de lo que llama el arte «retiniano» (el que está estrictamente dirigido a la vista) y decidiendo seguir el camino del «arte mental», es decir, el dirigido al pensamiento, a la idea, al concepto. Por medio de sus ready-made (el urinario asentado horizontalmente, titulado «Fuente», es un excelente ejemplo) demostró que no tiene importancia el origen, función o carácter del objeto –y muy poco su representación– que se ofrece como arte; basta con una designación y además – atención– con una significativa manipulación para distinguirlo como tal.

La fundamental aportación de Duchamp fue señalar que un objeto, figura o no, se transforma en una obra de arte al provocar un pensamiento nuevo para él. Así se decía que Picasso miraba hacia atrás y Duchamp hacia delante, al haber mostrado que la obra no era sino el mismo objeto en sí, ahora re-nacido como arte, el que realizaba el juego. El tema, el contenido, la figura no tenía importancia sino por lo insólito y sorprendente de la forma ofrecida. Ella era en definitiva la portadora del juego concreto con el espectador: un discurso nuevo.

Junto con Duchamp se puso en aquellos años sobre la mesa la revisión de la problemática de las propias formas de las obras y la incorporación de maneras de representar novedosas. Se valoraron, por ejemplo, extraordinariamente los modos de la pintura y la escultura naif y primitiva; se produjo una radical revisión de los planos por medio de los distintos cubismos; y de destacar el valor del color per se se encargaron los fauvistas. Eran nuevas miradas a la pieza como tal, a su propia e individual entidad, lo que significaba una disminución e incluso un desprecio de su valor referencial respecto a las formas «reales» así como una iconicidad cada vez más reducida. Supuso, pues, un distanciamiento elemental, una deformación (una deconstrucción, una nueva construcción) intencionada de la piel de la obra, una conciencia de la propia superficie material, aquello que desembocaría poco más tarde en el imperio de la Abstracción, es decir, de la pieza como supremo y único valor por lo que ofrece por sí misma y nunca por su referencia externa.

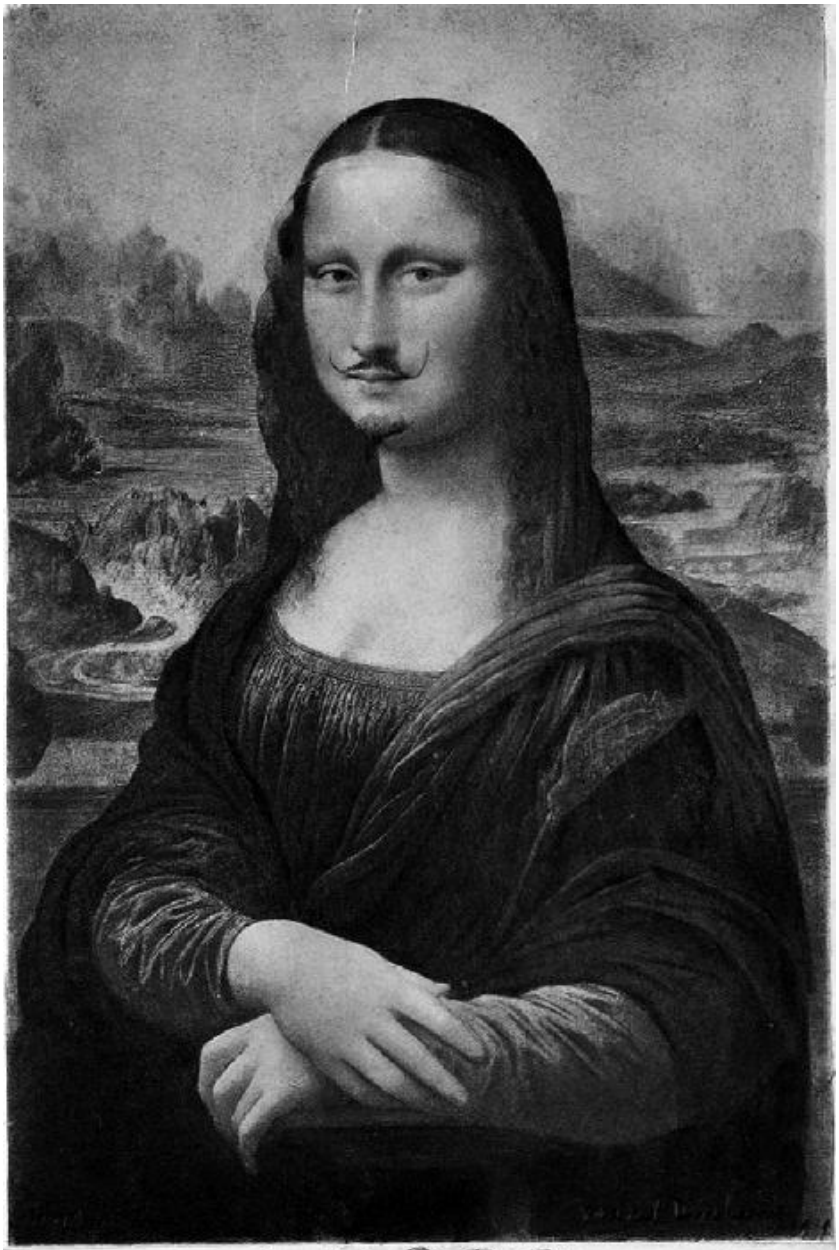
A la pregunta «¿Qué es el arte?» había respondido Tolstoi en 1898 definiéndolo no solo como una estricta comunicación, sino solo válida si las emociones que transmitía podían ser compartidas por los demás seres humanos[7]. De esta manera señalaba la imperiosa necesidad de una acción cómplice, es decir, de un discurso donde el autor se encontrase con el sentimiento del espectador.

La finalidad misma del arte era nada menos lo que se planteaba en aquellos tiempos, cuestionando lo que hasta ese momento se había considerado como la manifestación, más o menos intuitiva y sentimental, de una solemne comunión elemental obtenida por cada pieza. Ahora la comunicación concreta, la arribada directa al espectador, empezó a aparecer como válida e incluso competidora con la expresión artística[8]. Muchas realizaciones ofrecían desde hacía tiempo una relación menos ambigua con la gente en general. El mundo de los grafismos publicitarios y el cartelismo, así como una larga serie de obras que no estaban destinadas al mundo de la exposición en un salón, llamaron la atención de los creadores. Artistas como Vassili Kandinsky o Paul Klee plantearon práctica y teóricamente que la producción artística no tenía por qué limitarse a una expresión particular subjetiva interior ni a una mera representación de la realidad exterior, sino que los medios gráficos permitían la transmisión de una serie de ideas y conceptos específicos, de acuerdo con las reglas propias de una normativa o código visual. Afirmaron que dentro de cada obra hay unas maneras discursivas que pueden ser previsibles y mensurables, una serie de componentes morfológicos que reclamaban un estudio sintáctico, una reflexión elemental relativa a la conformación, a la composición, al conjunto a obtener. Nada extraño es que estos y algunos otros artistas que buscaban el control de las claves lingüísticas para poder utilizar métodos del mundo de la comunicación a fin de establecer una relación más eficaz con el espectador se vieran implicados en nuevos proyectos como la escuela Bauhaus y la idea de hermanar las Artes Útiles con las Bellas Artes, de unir la creación con la ingeniería, de relacionar sin complejos el arte con el encargo. Dentro de los constructivistas rusos hubo una reflexión similar, ya que mientras Malevich estudiaba el lenguaje visual para una expresión artística entendida como actividad espiritual, al margen de cualquier necesidad utilitaria, Tatlin y Rodchenko optaron decididamente por el diseño,

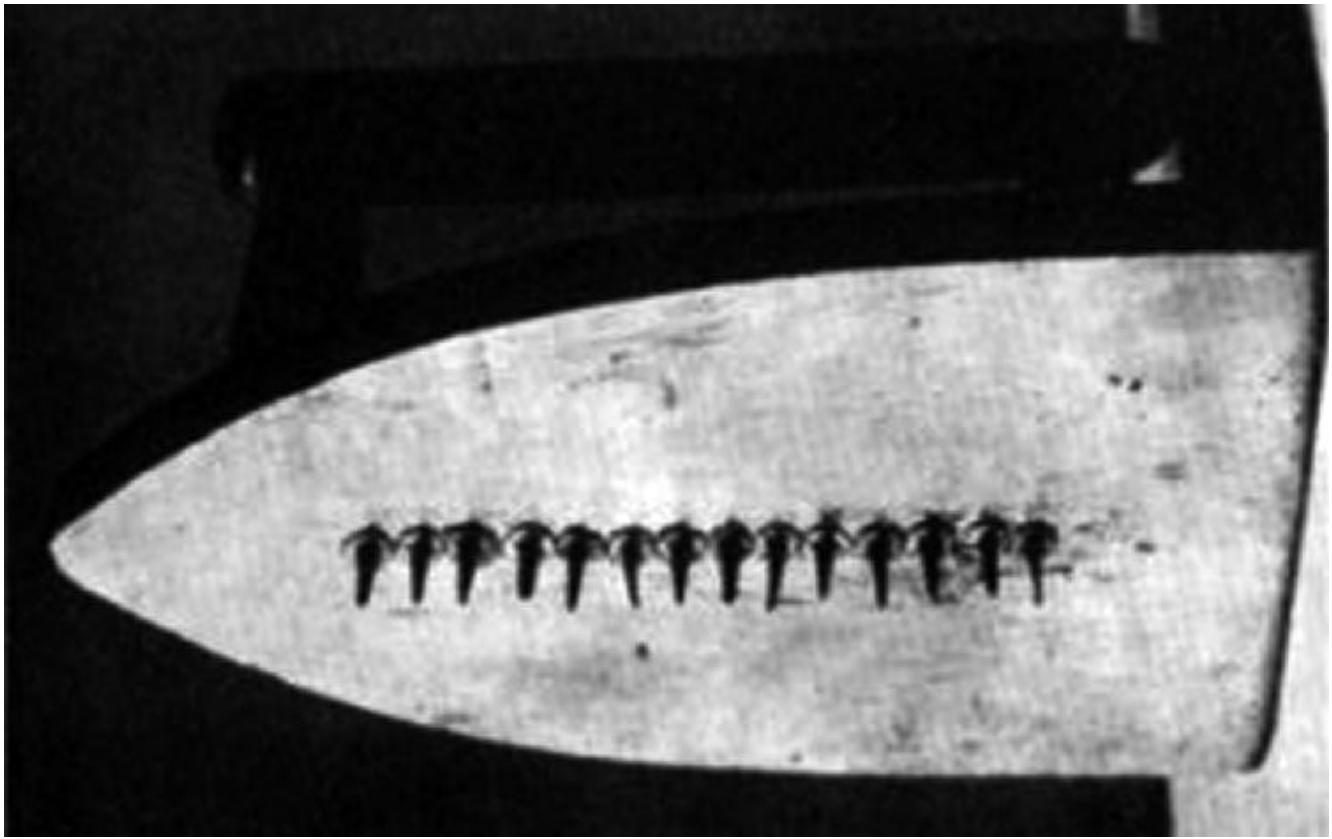
la comunicación visual y el arte aplicado.

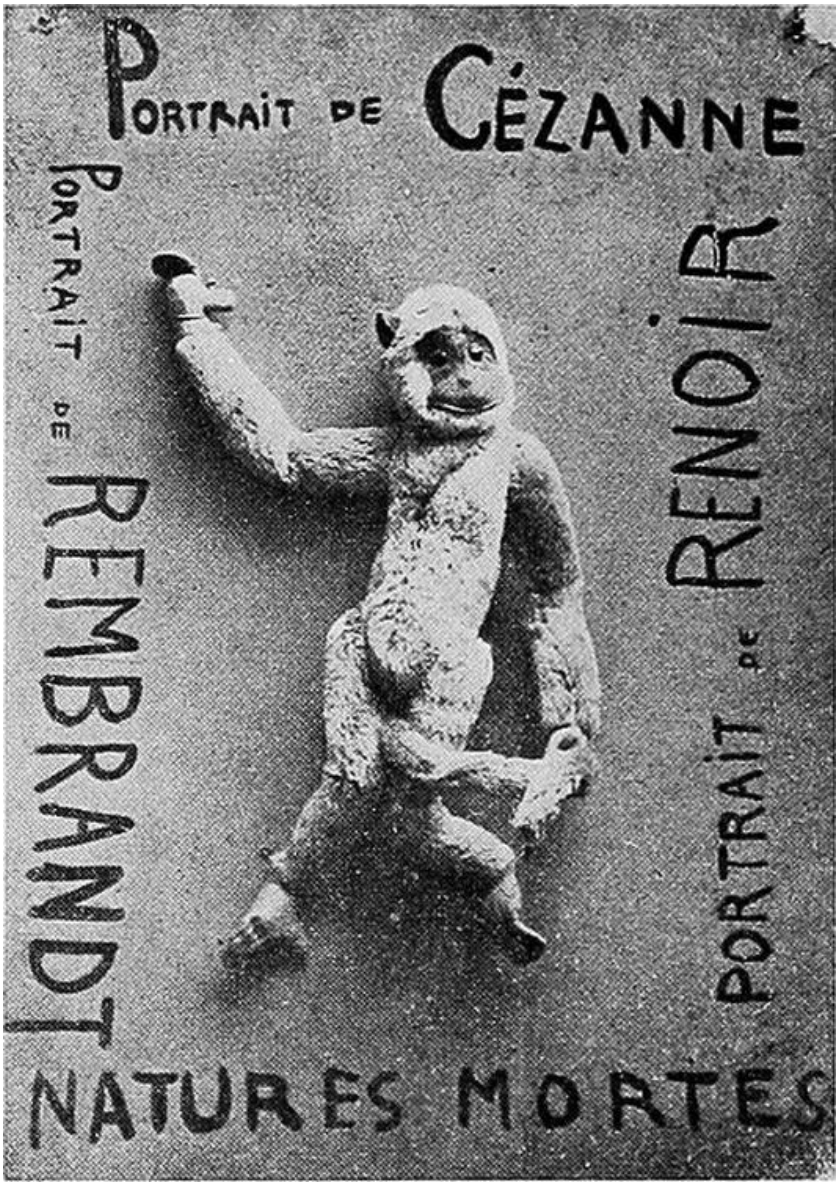
En muy distintos ámbitos del período de Entreguerras se impuso la revisión de los viejos límites de las parcelas de lo visual, de lo artístico. Los teóricos de la Gestalt, la profundización en los estudios sobre la percepción visual, antropólogos como Margaret Mead y diseñadores como Henry Dreyfuss harían grandes aportaciones a este empeño, analizando desde muy diferentes perspectivas las simbologías gráficas de nuestra cultura y de otras lejanas, buscando todo tipo de concreciones y utilidades visuales. De algún modo hurgaban para hallar una posible objetivación comunicativa, un lenguaje visual colectivo de carácter práctico, intentando evitar las ambigüedades propias de la expresión artística tradicional. Todos estos aspectos del lenguaje de los símbolos a veces aparecían por separado, pero en su gran mayoría se producían interactuando, laterales o transversales, en labores de refuerzo o de distanciación.

La polémica expresión-vs-comunicación no surgió de forma aislada, sino con variados e interesantes compañeros de viaje. Es de resaltar que en todos estos espacios de la imagen el papel de lo estético era descaradamente menor frente al de lo temático, social, político o cultural en general. Es decir, la reflexión versaba especialmente sobre lo conceptual y el cuestionamiento se refería al contenido; la distancia y el foco se dirigían a la esencia. Como antes se ha explicado, desde Marcel Duchamp se señalaba el concreto discurso de cada pieza y el despliegue de su juego inteligente.



L.H.O.O.Q.





Marcel Duchamp: «L.H.O.O.Q» (1919). Man Ray: «Cadeau» (1921). Francis Picabia: «Portrait de Cezanne, portrait de Renoir, portrait de Rembrandt» (1920). Estos tres artistas formaron el grupo Dadá de Nueva York. Imágenes así, en su día supusieron una convulsión que solo fue digerida por el

mundo académico años después. Estas, entonces, radicales provocaciones, que abrieron el camino de lo conceptual, hoy las vemos como simplemente divertidas.

La relación intelectual entre el artista y el espectador pasó así a un primer plano. Kurt Schwitters o Francis Picabia fueron ejemplos de figuras que planteaban el concepto como pieza expresiva, basándose sobre todo en lo visual. Detonaban todos estos artistas una carga inesperada de incorrecciones conceptuales inauditas, transgresiones intolerables, propuestas insolentes y provocaciones hasta entonces desconocidas.

El desconcierto se había adueñado del mundo del arte, porque parecía ponerse en solfa lo considerado hasta entonces medular y se proponía en su lugar el triunfo del absurdo. Era irritante que aquello que transportaba cada pieza fuera tan ridículo, que lo trivial se planteara de forma solemne, que lo mecánico se exhibiera como racional. Es decir, la paradoja nunca vista hasta entonces era que el centro fuera lo intelectual y que el soporte material, por el contrario, fuera superficial hasta la frivolidad. Lo más sorprendente de todo era que aquello, sin embargo, tenía un extraordinario atractivo y producía una magnífica e imperativa reflexión, una sacudida incontestable.

El concepto había plantado sus reales y su bandera era, ¡oh cielos!, lo formalmente absurdo, lo provocador, lo sarcástico[9]. Esto era aplicable a todo el mundo artístico, de la pintura al teatro, del cine a la literatura, de las galerías a las tertulias de los cafés, de las revistas al cartel.

El Movimiento Surrealista supondría otro paso más en la descontextualización y deconstrucción intelectual del arte[10]. Sus combinaciones formales daban como resultado ideas y conceptos de sorprendente novedad en el mundo plástico.

René Magritte (La clef des champs, 1936) desarrolla un surrealismo conceptual extremo. Sus juegos de magia visual (él mismo los definía así) llevaban al espectador a enfrentarse a la materialidad y la conformación de la pintura a través de sus mecanismos representativos-simuladores de lo exterior. La constante referencia a la bidimensionalidad real en todos sus

cuadros provocaba un distanciamiento automático del espectador de cualquiera de sus obras, haciéndole penetrar ineludiblemente en el concepto.

Max Ernst, Une semaine de bonté, 1934. Colección de collages donde, con ánimo de impactar visualmente, mezcla incorrectamente imágenes tomadas de grabados del siglo XIX con resultados llenos de sugerencias conceptuales. Chumy Chúmez, en España, desarrollaría posteriormente esa misma línea con enorme talento y ya con la correspondiente etiqueta de «humor gráfico» (Una biografía, 1973).

Max Ernst, «La Virgen castiga al Niño ante tres testigos», 1926.

Hubo pinturas programáticas de los surrealistas, de concepción colectiva y de abierta burla y divertida crítica a lo religioso como esta. Posiblemente partía de una idea de Bretón y se inspiraba en la imagen de «Madonna del collo lungo» de Parmigiannino. Lo que más escandalizó realmente en su momento fue el aura del Niño rodando por el suelo. Los tres testigos eran André Breton, Paul Eluard y el propio Max Ernst.

Dalí, «Teléfono». «La relación 'truculenta' y 'difícil' entre el surrealismo y el mundo comercial y del diseño» es destacada por Ghislaine Wood, comisaria de la exposición sobre objetos del Surrealismo, celebrada en el Museo Guggenheim de Bilbao (España) en 2008.

Sus propuestas temáticas, bien fueran mecánicas o meditadas, aleatorias o dirigidas, siempre llevaban la idea de provocación y, por qué no decirlo, además de crítica explícita, de diversión. Comenzó un reconocimiento de la impregnación lúdica que se

producía en el arte a través del absurdo, la transgresión y el cuestionamiento de todo, sin mayor explicación.

Se comenzaron entonces a valorar las realizaciones gráficas populares tanto por su temática como por su estética y se convirtieron en motivos artísticos frecuentes sobre muy distintos soportes. La gráfica cómica popular ya había causado enorme atención desde el mundo del cine (Charles Chaplin o Buster Keaton, por ejemplo, eran referenciales). Ahora, el cómic se apreció intelectualmente y desarrolló de forma espectacular como medio de expresión e incluso se introdujo la utilización de sus modos como habitual motivo de la pintura, la escultura y la plástica[11].

Lo provocador y lo popular se encarnarían, a partir de entonces, en los pliegues de variadas manifestaciones artísticas posteriores a la Segunda Guerra Mundial. El Pop Art sería su definitiva presentación en sociedad, con conceptos irónicos, nada nobles, y con la valoración de grafismos y objetos considerados intranscendentes hasta entonces.

La frase de Sol Le Witt «Las ideas por sí mismas pueden ser obras de arte» dio lugar en 1969 al llamado Conceptualismo en arte. Las obras producidas a partir de estos principios pretendían estimular, ya sin rodeos, los procesos creadores del pensamiento del espectador. La interpretación de la obra debía ser directamente deducible de esta[12].

Se instituía así lo que había ido revoloteando en torno al mundo artístico desde Dadá. El pensamiento adquiría carta de naturaleza como acción y se proponían piezas o performances –o como demonios se quisiera denominar aquello tan raro– que jugaran sin tapujos con el usuario del arte. Las formas, rotas en sus anteriores encarnaciones, aparecían ahora desnaturalizadas, inexistentes o de sobra. Solo valía lo estrictamente dedicado al servicio de la causa.

El arte deambula desde entonces por variopintos derroteros. No hay cosa más sorprendente que las ferias artísticas con lo último de lo último. El visitante hace recorridos por un sinfín de ofertas multidisciplinares más o menos divertidas, crípticas, obscenas, escandalosas, ocurrentes, traicioneras, extravagantes, obsesivas… o una sólida alternativa figurativa (ahora considerada más «clásica»

porque es más comprensible) de espectaculares fotografías o animaciones con impactantes motivos. Hoy en día, sí, ya nadie lo duda, el arte está en directa relación con lo absurdo y con lo incorrecto. Claramente impregna su ámbito la provocación y junto a ella lo inconveniente y lo volátil. Las ironías visuales invaden las realizaciones contemporáneas, donde a veces no se observa diferencia entre un hallazgo inteligente con una propuesta expresiva. Es decir, un escenario de creación pleno de transgresiones, donde nadie puede negar su cercanía o incluso coincidencia con el mundo del humor.

Jeff Koons, «Puppy». Escultura gigantesca realizada con flores naturales. Un perro guardián perfectamente adecuado para un museo como el Guggenheim de Bilbao, de Frank Gehry.

Rigo. Son famosos en San Francisco, EE.UU., los murales del artista de origen portugués Ricardo Gouvela (Rigo 98, en este caso, ya que siempre firma con las dos cifras del año de realización de la obra). «Sky», en esta fachada y en el otro lado del edificio, la contrapartida, «Ground», con la flecha hacia abajo. Una inteligente obviedad humorística. Ubicado en 3rd and Mission St. SF. USA.

Florentijn Hofman. Este artista conceptual holandés plantea con su «Patito amarillo gigante» una espectacular y divertida propuesta, que presenta como mensajera de paz y armonía para el mundo. Desde 2007 hasta 2015 ha sido transportado a diversos lugares como Osaka, Sydney, Sao Paulo, Hong Kong o Ámsterdam.

Notas al pie

[1] Julius, A. (2002), Transgresiones, el arte como provocación. Barcelona: Destino, p. 17.

[2] Anders, G. (2005), Georges Grosz. Arte revolucionario y arte de vanguardia, Vigo: Maldoror, p. 12.

[3] Ball, H. (2005), La huida del tiempo (un diario). Barcelona: Acantilado, p. 113.

[4] Tzara, T. (1992), Manifiesto Dadá, 1918. En R. Huelsenbeck (ed.), Almanaque Dadá. Madrid: Tecnos, p. 209.

[5] Tzara (1992), p. 94.

[6] Vicente, A. (2014), «Duchamp antes del urinario». Diario El País. Crónica 24 septiembre de 2014, en Madrid.

[7] Tolstoi, L. (2007), ¿Qué es el arte? EUNSA, Pamplona: Ed. Univ. de Navarra, p. 20.

[8] El Expresionismo sería una particular compensación formal a esta tendencia. Sus trazas eran claramente intuitivas y espontáneas pero sus temáticas incorporaban finalidades conceptuales nuevas, cercanas a la Comunicación Visual. Otto Dix, Grosz, etc., plantean críticas visuales explícitas sustentadas por unos grafismos «sueltos».

[9] A destacar el proyecto de los futuristas de «hundir Venecia bajo la laguna».

[10] «El perro andaluz» o «La Vía Láctea» de Luis Buñuel, los dobles juegos de Salvador Dalí, la provocadora obra de Francis Picabia… El Surrealismo se fundamenta en el absurdo y el humor, con una sistemática incursión en lo trasgresor y un atrevimiento del que se jactan. René Magritte es uno de los máximos referentes como cuestionador conceptual del mundo visual dentro de esta corriente artística. Max Ernst mezcla incorrectamente imágenes y da pie a bisituaciones, con gran sentido del humor. Por no hablar del propio santón surrealista, André Bretón, que publica en 1944 su Antología del humor negro.

[11] El cómic y determinadas escuelas artísticas, como el Cubismo, tienen numerosas formas coincidentes y en las que se pueden observar influencias mutuas. Un rostro de perfil mientras los dos ojos descaradamente se aprecian de frente es un recurso, por ejemplo, utilizadísimo en ambos ámbitos.

[12] El movimiento Conceptual dará soporte teórico a diferentes corrientes o contracorrientes diseñadoras de aquellos años. Así se forman en los años sesenta aquellas conocidas bajo el nombre de Diseño Radical y Anti-Diseño, muy críticas con las formas de producción pero sobre todo centradas en los conceptos y conductas y negando la posibilidad de realización de los objetos; justamente como en el mundo del arte.

Capítulo 3 - 2ª parte

Entre las aguas del arte y el diseño

El invento de Gutenberg proporcionó junto a la tipografía extraordinarias posibilidades de difusión al mundo de la imagen grabada al facilitar su incorporación a los libros a partir de planchas originales. Sin embargo, para el mundo de la reproducción de arte un significativo avance técnico se produjo a fines del siglo XVIII e inicios del XIX, cuando los grabados calcográficos, que conllevaban un complicado, lento y laborioso proceso, fueron relevados para las artes gráficas por el método litográfico, mucho más ágil y rápido. La calcografía había sido utilizada para multiplicar sus obras por grandes maestros, entre otros William Hogarth, cuya inicial profesión era precisamente la de grabador, y por Francisco de Goya, que incorporó técnicas propias a ese arte. La litografía, cuyo trazado era mucho más sencillo y cómodo, aportaba además una enorme compatibilidad con las maneras de los medios periódicos impresos. Aquí imagen y texto podían coincidir en completa armonía en una misma plancha. Por tanto, su difusión podía ser –y naturalmente lo fue– mucho mayor. Surgió lo que hoy llamamos ilustración (con minúsculas), con la observación de que estos grabados fueron el método adecuado para la expansión de las ideas de la Ilustración (con mayúsculas). Pintores como Delacroix, Géricault, Courbet o Millet aprovecharían estas nuevas posibilidades comunicadoras del grabado para sus producciones. Otros artistas del XIX, como Daumier, Grandville o Doré, fueron mucho más allá, al poner como centro de su actividad este concreto canal de transmisión. Había aparecido un nuevo tipo de especialización artística. Por un lado se servía de unos instrumentos que proporcionaban una comunicación más intuitiva, por medio del lápiz litográfico, y por otro lado tenía la posibilidad de tratar temáticas de actualidad de modo inmediato. Con la eclosión de la prensa periódica y la popularización del libro, en el ambiente liberal del Siglo de las Luces los dibujos ilustradores iban a ampliar clara y espectacularmente, a lo largo y a lo ancho, su radio de acción.

Aprovechando las posibilidades del color que ofrecía esa técnica, la

realización de carteles comerciales de finales del siglo XIX se incorporó como género al mundo creador como algo usual. Siempre, eso sí, con una estética y modos pictóricos, de acuerdo a los gustos de aquella época, y adaptándose a las servidumbres de la reproductibilidad cromática que por aquellos años se tenían. Artistas como Toulouse Lautrec (en España el equivalente sería Ramón Casas) consideraron «natural» su aportación a ese ámbito y ahí exhibieron sus habilidades plásticas junto a las habituales pinturas de caballete. Otros realizadores sencillamente se especializaron totalmente en este género, como Jules Chéret, que será la gran referencia histórica del cartelismo del XIX. Audrey Beardsley, Alphonse Mucha, Henri Van de Velde, Gustav Klimt o Pierre Bonnard aportaron interesantísimas piezas antes de acabar aquel siglo.

A principios del siglo XX otras técnicas más modernas se habían incorporado y determinaban las realizaciones de las artes gráficas. La litografía había evolucionado hacia la llamada litografía offset, lo que proporcionaba una casi infinita multiplicación al proteger el desgaste de la plancha original, y la actividad en el taller de impresión se volvió mucho más fluida, rápida y económica. La fotografía, aparte de su utilización como instrumento documental y como increíble medio de representación de la realidad, como transmisora de ideas y como vehículo de expresión estética, se desarrollaría como técnica de preproducción (la fotomecánica). Derivados de estas incorporaciones, el cinematógrafo (fotogramas en secuencia) y el cómic (ilustraciones en secuencia) nacían como medios creativos de lúdica comunicativa, como nuevos campos de expresión.

El mundo del humor, en concreto, encontró en estos dos últimos medios una dimensión extraordinaria a desarrollar. El comic-strip, o tira cómica, sencillamente proporcionaba una novedosa plataforma de expresión al humor, que pocas décadas más tarde se extendería a otros aspectos más formales y serios y a la valoración de algunas de sus piezas como propias de museos. El cinematógrafo surgía como género cómico a exhibir en las ferias y los nickleodeon, como nueva diversión y también unos años más adelante ampliaría sus producciones a una temática mucho mayor e incluso en algunos ámbitos culturales a la consideración de arte.

El gran desarrollo de la publicidad a comienzos del siglo XX hizo manifiesta la apertura a otras posibilidades de difusión. Poco después se puso el nombre de diseño gráfico a una actividad hasta ese momento entreverada en las labores del impresor que consistía en la organización de grafismos, imágenes y tipografías en los productos de papelería a imprimir. En el primer cuarto de siglo se convertiría en profesión autónoma encargada de un campo que hoy llamamos directamente Comunicación Visual.

Estos géneros supondrían la realización de diferentes y brillantes creaciones sin entrar en la consideración del mundo del Arte con mayúsculas. El diseño gráfico, la ilustración (dibujo o fotografía) y el cartelismo desarrollarían ejemplos espectaculares, propagandistas o publicistas, con fines funcionales, comerciales, sociales o políticos[1].

Sin embargo, tanto el mundo de la ilustración como el del cartel, el de la fotografía o el del diseño gráfico, suponían un tipo de creador cercano a los artistas «black label» y de hecho estos mismos frecuentaban sus «géneros» considerando, con bastante lógica, que debían acompañar su acción plástica más tradicional con grafismos e imágenes coherentes con sus principios en sus escritos, manifiestos, revistas o carteles anunciadores. Así pues, las vanguardias de aquella época no tuvieron ni el más leve reparo a acercarse con frecuencia a ese mundo técnico y conceptual.

Las fronteras entre arte y comunicación y entre concepto y grafismo se difuminarían ante determinados creadores como Cassandre, el extraordinario cartelista francés de los años previos a la Segunda Guerra Mundial. Combinaba unas poderosas formas, dinámicas, contundentes y dominadoras del espacio real del papel, con un mensaje figurativo convencional. Por medio de la reducción a las formas representativas del objeto tridimensional a anunciar, realizaba una composición plástica sobre la realidad bidimensional del papel de un equilibrado y dinámico juego visual. El plano de las dos dimensiones quedaba enfatizado al componer con espacios de color amplios y esquemáticos. Esa simplicidad formal provocaba un aspecto de símbolos iconográficos, próximos al cubismo sintético. La integración del texto con la imagen era, por otro lado, totalmente coherente[2].

Hay que destacar aquí otra figura particularmente importante como el alemán renacido voluntariamente en británico John Heartfield. Sirve muy bien como paradigma del nuevo tipo de artista, a caballo entre la obra destinada a la pared de una galería y la destinada a un muro de la calle, entre la fotografía y el dibujo, entre el diseño y la pintura, etc., pero siempre pendiente de la vena comunicadora. Heartfield, proveniente del grupo Dadá, elevó el collage fotográfico a su máximo nivel. Sus mezclas de conceptos provocaban insospechadas relaciones espectacularmente críticas, duramente burlescas, sobre todo contra el régimen nazi, del que había huido. La ironía y el sarcasmo, el ácido humor que desprendían sus propuestas, le hicieron ser referencia de muchos. Sin ir más lejos, el espléndido cartelista valenciano Josep Renau seguiría de forma especialmente brillante esa senda.

«Hurrah, die Butter ist alle!» (detalle), 1935. Como respuesta al comentario de Goering «El hierro hace fuerte a un país; la mantequilla solo hace engordar a la gente», John Heartfield realizó este fotomontaje de evidente burla. (¡Hurra, se ha terminado la mantequilla!)

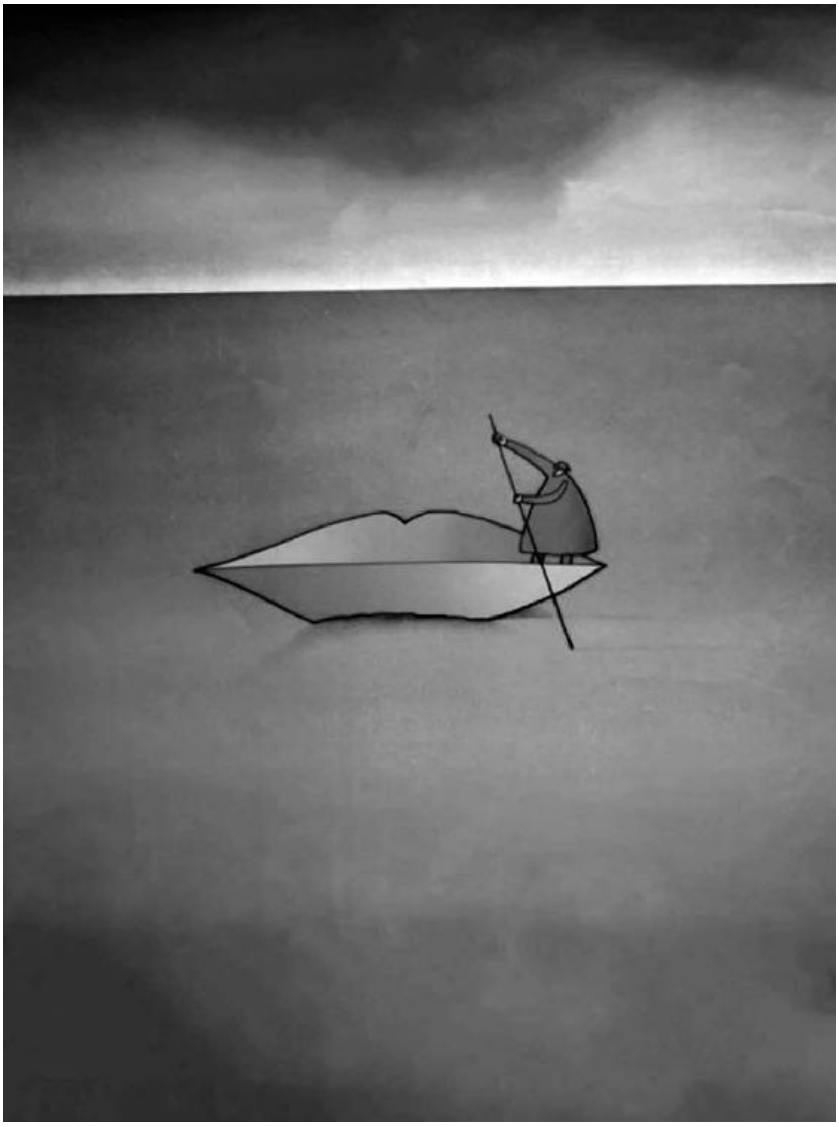
Este ámbito que podríamos denominar como el del grafismo conceptual, que proviene de la ilustración y el cartelismo, a medio camino entre el arte y el diseño, que se vale de los medios de comunicación y sus canales de difusión, dio formidables aportaciones, sobre todo a partir de mediados del siglo XX. Podríamos identificar su perfil por el uso de las técnicas de reproducción, ya que sus obras estaban destinadas a soportes impresos en medios de difusión popular (en aquella época, carteles, folletos, periódicos, revistas, libros). Presentaban un nuevo tipo de creación que parte de la comunicación visual con el fin de mostrar el mundo de la imagen como medio de transmisión de ideas tanto personales como colectivas. Es decir, la forma icónica era aquí considerada como objetiva, pero su contenido estaba caracterizado por la subjetividad, y dependía de la decisión de su autor. Al dominar las técnicas formales de comunicación, se permitían mostrar sus propias maneras expresivas, su estilo particular. Encontraron un equilibrio entre la intuición y el subjetivismo catalizador de las necesidades psicológicas de la sociedad –es decir, el medium con el espectador que clásicamente se supone que es el artista– y el comunicador cerebral y técnico, conocedor de las claves lingüísticas visuales, de los mecanismos perceptivos colectivos. Fueron capaces de diseñar el espacio gráfico y de integrar la imagen y el mensaje textual, manifestando su propio pensar, creando imágenes personales a la vez que concretaban sensibilidades sociales.

Debemos citar aquí un elenco de artistas que, con el lápiz y el pincel, la fotografía y el collage, destinaron su obra principalmente a la publicación en diversos medios. Por ejemplo, Saul Steinberg, en el ecuador del siglo XX, hacía surgir líneas perfectamente delicadas, picassianas, y las embarcaba en inteligentes aventuras gráficas por el mundo real y amable del papel. Desde la revista The New Yorker

sentó las bases de un extraordinario humor gráfico y emitió una inmensa influencia profesional con su sutil y deliciosa obra. Otro ilustrador excepcional es Ben Shahn, que además era fotógrafo, muralista y pintor, con una marcada personalidad crítica y una temática comprometida socialmente. Un grupo mítico neoyorquino de los años sesenta y setenta, como el creado en torno al Push Pin Studio, de Milton Glaser[3], Herb Lubalin y Seymour Chwast, se caracterizó por la utilización como referencia formal de imágenes de un material histórico tan variado que incluía la iconografía del Renacimiento, ofreciendo nuevas y personales combinaciones. Lubalin, genio de la expresión tipográfica, maestro del conceptualismo visual-verbal, utilizaba las letras como elementos figurativos, como estructuras verbales conformadoras de espacios, con sus alfabetos que ofrecían figuraciones absolutamente visuales que convertían sus obras tipográficas en poemas visuales.

El británico Ralph Steadman es un extraordinario ejemplo de artista contemporáneo, con una enérgica estética gráfica. Abajo, su visión de Disneylandia.

RGK STEADman



El artista belga Jean-Michel Folon (1934-2005) representa una obra de refinada estética con una reflexión profunda sobre el mundo de los signos. Especializado en el mundo del póster, realizó múltiples ilustraciones para libros y revistas como Horizon, Esquire y The New Yorker, y un famoso calendario para Olivetti.

Desde los años 1960 hubo una exhibición del arte del cartel en muy distintos países, desde EE.UU. a China, pasando por Alemania, Checoslovaquia, Cuba, Gran Bretaña o Polonia. La carga conceptual de este género recorría temas tanto culturales como sociales y políticos: el activismo contra la guerra, los derechos humanos, la igualdad de género, las reivindicaciones sindicales, la ecología, la revolución sexual, la lucha contra el hambre en el mundo, la causa contra el racismo, etc. Sorprendentemente, eran soportes que proporcionaban una inesperada función ya que más que para pegar en los muros de las calles se destinaban a las paredes de los salones de las casas particulares, donde antes estaban los cuadros. Estos posters significativos, junto a las ilustraciones para revistas, las cubiertas de discos, los anuncios de películas y teatro, son las obras

donde se encuentran nombres como los franceses Roland Topor o el colectivo Grapus, el belga Michael Folon, los británicos Ralph Steadman, Bob Gill o Alan Fletcher, los alemanes Holger Matthies o Uwe Loesch, los españoles Xavier Mariscal, Oscar Mariné o Isidro Ferrer, o los argentinos Carlos Rolando o América Sánchez, por poner algunos ejemplos.

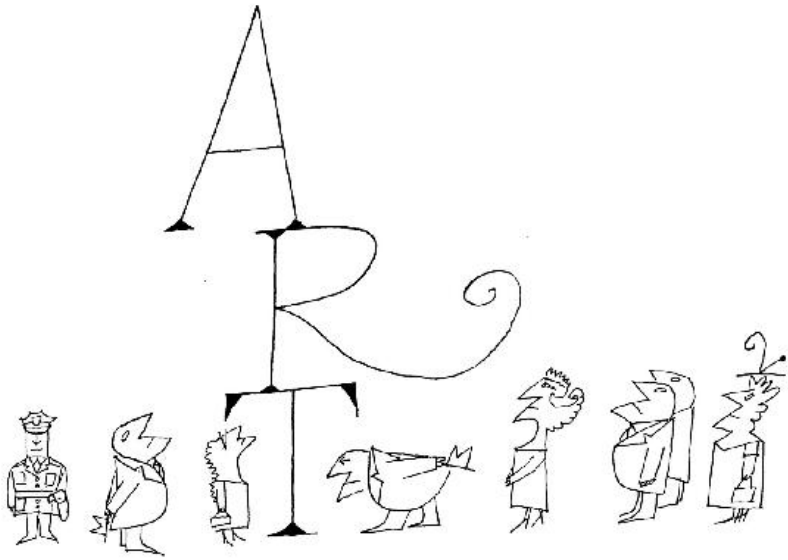
Isidro Ferrer. Pósteres del Centro Dramático Nacional 2010-2015. Este diseñador español mezcla grafismos de objetos cotidianos logrando conceptos de un sutil humor.

La ilustración en aquellos años finales del siglo XX se había convertido en algo desligado de su original relación con el mundo editorial y se presentaba en galerías de arte, en cortinillas televisivas o en un incipiente Internet e incluso unos primeros teléfonos celulares. El diseño replanteaba su relación con el arte, desafiaba con su subjetivismo los límites del concepto de encargo[4] e incluso se introducía en los museos más avanzados. Muestras de Arte y Publicidad se ofrecían en el MOMA de Nueva York o en el Centre Pompidou de París. La gráfica, nutrida –y nutriente– de todo el acervo icónico popular, donde ubicaba nuevas formas visuales para clarificar dicho ámbito, aportaba relaciones nuevas, no estrictamente utilitarias, con descarado carácter lúdico. Las mismas realizaciones de identidad gráfica (logos, iconos, símbolos, señales, packaging) se convertían, como integrantes de ese catálogo

iconográfico colectivo de uso diario, en perfectos ingredientes elementales para intervenciones visuales.

Ya en el siglo XXI las nuevas tecnologías y la globalización de la comunicación con el tremendo imperio de Internet marcarían una nueva época donde las novedades técnicas afectarían al concepto mismo de lo que se consideraba artista gráfico. Lo que había sucedido hasta entonces, lo que había ido variando década a década cambiaba ahora mes a mes, semana a semana. La aparición de las redes sociales crearía un modo comunicador que nada tenía que ver con lo soñado hasta entonces.

Hoy apenas se puede recoger una instantánea que retrate con fidelidad a este tipo de artista gráfico que se mueve en un amplio, ecléctico y movedizo territorio, que va de la galería de arte a la agencia de publicidad, que puede alternar las mesas del taller y las computadoras, que utiliza el soporte de papel o la pantalla iluminada, que maneja la acuarela aunque también el Illustrator y el Flash, que disfruta con realizaciones puramente domésticas que lanza al mundo a través de su smartphone, que domina el lapicero y el pincel además de la tableta gráfica. Desde las cubiertas de libros a los blogs, de ilustraciones para un folleto a grafismos para t-shirt, de YouTube a los flyers de su barrio, de una campaña de publicidad al diseño de websites, de las redes sociales a los muros de su pueblo de vacaciones,… son espacios posibles donde tropezar con sus realizaciones[5].



Saul Steinberg (1914-1999), el dibujante del New Yorker, ofrece un humor estrictamente gráfico. Obvia las referencias al «natural» y juega con la realidad de la propia línea. Decía: «El arte precede a la técnica al igual que el olor precede al pastel.» De The Labyrinth. Harper and Brothers Publishers. New York, 1960.

Notas al pie

[1] En la Primera Guerra Mundial fue un gran medio propagandístico por ambos lados. Más adelante, en los años veinte y treinta, tendría exhibiciones creadoras como las de Cassandre o John Heartfield. La Guerra Civil Española supondría una batalla gráfica de enorme nivel tanto en el bando republicano como en el nacional. Después del espectacular despliegue de la Segunda Guerra Mundial el cartelismo fue ya considerado un género clásico diseñador.

[2] Cassandre mismo definía el cartel: «Es difícil determinar cuál es el

lugar que le corresponde al cartel entre las artes pictóricas. Unos lo consideran una rama más de la pintura, lo cual es erróneo; otros lo colocan entre las artes decorativas, y en mi opinión están igualmente equivocados. El cartel no es pintura ni decorado teatral, sino algo diferente, aunque a veces utilice los medios de uno u otro. El cartel exige la renuncia del artista a firmar su personalidad. Si lo hace rompe las reglas del juego. La pintura es un fin en sí misma, mientras que el cartel es un medio para un fin, un medio de comunicación entre el anunciante y el público, semejante a un telegrama. El cartelista desempeña la labor de operador de telégrafos. En consecuencia emite y transmite un mensaje que no debe contener información detallada. Únicamente se exige de él que establezca una clara, poderosa siempre y precisa comunicación.» Fuente: wikipedia.org

[3] Milton Glaser dice, respecto del tema expresión-comunicación: «La abstracción ofrece elementos de gran utilidad para nuestro arte (al decir "arte" se refiere al diseño), como son los compositivos, pero yo no los cambiaría nunca por la fuerza de las formas que todos somos capaces de reconocer.» Ver Catálogo exposición Surrealismo, 1989. Barcelona: Caixa de Catalunya.

[4] La publicidad a veces busca a este tipo de artistas gráficos, perfectos para sus fines, al basarse en la eficacia comunicadora de una idea previa concreta. El problema de la publicidad comercial es la voracidad que precisan sus objetivos, lo que exige imperativamente obtener una serie de aspectos de la solución. El tipo de artistas a que nos referimos en este capítulo expresan bien ideas, pero solo aquellas que pueden hacer propias. Por ello, la publicidad cultural es su campo más adecuado, donde suelen ser utilizados como tales artistas, con un estilo inconfundible e insustituible. Un tema general tratado por ellos es suficiente reclamo para después significarlo particularmente por medio del texto, hacerlo parte del acontecimiento cultural. Así se obtiene algo seguro, una eficacia en la llamada gráfica y en la transmisión de la idea principal y una expresión sutil, adecuada para el mundo del cartel cultural y de la «ilustración de autor».

[5] Se debe apuntar también un hecho académico, como es que la propia educación visual se produce en nuestra sociedad de hoy no

solamente en los lugares tradicionales del arte, sino en muchos otros ámbitos. Obsérvese la habitual sustitución en los centros artísticos del término Bellas Artes (que no suele acoger artes consideradas clásicas, como la Danza, la Música, el Teatro o la Poesía) por el de Artes Visuales. Estas incluyen con toda naturalidad variadas materias dominadas por el poder de las imágenes, como la publicidad, la fotografía, el cómic y el diseño gráfico. Hoy es habitual el surgimiento en los centros más avanzados de departamentos híbridos, llamados espacios multimedia, intermedia o simplemente Nuevos Medios.

Capítulo 4

El humor gráfico - 1

La imagen intencionada. La caricatura

«Mis intenciones siempre las enderezo a buenos fines, que son de hacer bien a todos y mal a ninguno: si el que esto entiende, si el que esto obra, si el que desto trata merece ser llamado bobo, díganlo vuestras grandezas…»

Don Quijote, 2.ª parte, cap. 32, Miguel de Cervantes

Al verse impregnado por lo conceptual, el mundo artístico ha tenido que revisar seriamente sus contenidos y finalidades. Hoy asistimos a una insondable multiplicación poliédrica dentro de lo que eran las formas plásticas tradicionales. La comunicación visual ha sentado sus reales dentro del hasta hace poco exclusivo mundo de la creación y se ha producido el desarrollo de un nuevo perfil de artista que utiliza las posibilidades comunicadoras de la electrónica para expresarse. Muy cerca, inmerso en lo conceptual y valiéndose de los medios populares de difusión, existe un espacio concreto dedicado al objetivo específico de la provocación lúdica: el humor gráfico.

Se supone que el humor gráfico se podría definir sencillamente dentro de la comicidad en general como aquel que se muestra por medio de imágenes. Su fijación, sin embargo, exige adentrarse en aspectos complejos destilados a lo largo de distintas culturas y tiempos, según las técnicas, los medios y los artífices. Este es el momento para trazar las coordenadas que marcan lo que hoy consideramos su territorio. Para ello propongo, en este capítulo y en los dos siguientes, el análisis de algunas capas significativas, los sedimentos conceptuales y formales con que la historia ha ido estableciendo su configuración actual: la imagen intencionada, la

imagen difundida y la imagen con capacidad de ser «leída».

LA IMAGEN INTENCIONADA

Una diferencia fundamental que se debe recordar es la existente entre los conceptos de «humor» y de «comicidad» porque, provocando ambos la diversión, el primero es intencionado y busca ese efecto –un chiste, una narración sarcástica, una broma o una parodia–, mientras la comicidad es la consecuencia de cualquier situación jocosa, sea o no premeditada, como una caída o un acto fallido, llámese «metedura de pata» o error gracioso. Esta distinción resulta de gran importancia porque califica, señala o descarta, de acuerdo a su motivación, las piezas a considerar propias de un estudio de la gráfica humorística.

Sigmund Freud se refiere al chiste como paradigma del humor, caracterizándolo no solo por la condensación sino por el desplazamiento[1]. Es decir, destaca el hecho de realizar un juego con el doble sentido, con aquello que encubre o alude a algo, con el propósito de la idea que subyace en su realización. Por tanto, uno de los ingredientes del humor es la existencia de una carga de incorrección (sea más o menos guiada por la burla o malevolencia o sencillamente sea dirigida a la mera «distracción»), que posee un motivo y persigue la meta de la diversión.

La condición de esa intención transgresora que se encuentra en la caricatura, como pieza destacada de lo que llamamos gráfica humorística, lleva en cualquier caso a que su realización adecuada (tanto su condensación como su desplazamiento) sea imprescindible para obtener el fin deseado. Asimismo, su comunicación será imprescindible para que su carga incorrecta y divertida alcance su propósito: llegar al espectador para quien se hizo. La dificultad perceptiva de ser el claro contenedor de una carga divertida y banal le diluiría o le anularía como humor.

A la hora de marcar el punto de arranque de los grafismos realizados con una finalidad crítica, satírica o simplemente jocosa,

podríamos embarcarnos en viajes a lejanos e incluso míticos horizontes del mundo visual. Es, desde luego, arriesgado señalar cuáles son las primeras muestras históricas, las piezas cuya pretensión figurativa fue una transgresión que buscaba la complicidad del espectador y que marcaron las bases iniciales de este tema. Pero sobran las evidencias de que, desde hace miles de años, ha habido grafismos de aspecto extravagante o grotesco. Baste recordar las diversas imágenes halladas en petroglifos que responden a este perfil, aunque es importante distinguir si se realizaron con una intención divertida para que sean incluidas dentro del concepto de humor.

En la prehistoria se encuentran ejemplos de figuras humanas como las encontradas en Tassili nÁjjer, África, de 4000 a.C., cuyos rasgos exagerados parecen mostrar una intervención subjetiva, «de opinión», con una finalidad caricaturesca y simbólica.

Esas formas parecen plantear una distorsión, una desviación, una incorrección de lo representado. En estas visualizaciones se nos ofrecen figuras de hombres y mujeres, animales y cosas, situaciones

y actividades, de un radical esquematismo. Todo esto podría explicarse porque las expresiones ingenuas, infantiles, naif o primitivas son necesariamente selectivas debido a su poco evolucionada técnica, que les obliga a recoger tan solo lo estrictamente necesario, lo que se considera fundamental para la descripción o representación de algo. Esta falta de detalle y sofisticación nos obligaría a considerar cualquier figuración de la Antigüedad como una simple definición por lo característicamente diferente y se haría especialmente evidente en el caso de los posibles retratos por un obvio mecanismo que consiste en destacar lo que distingue a uno de los demás para su identificación.

Se podría incluso extender este razonamiento a cualquier dibujo en general si se sigue de manera estricta la sabia observación de Rudolf Arnheim de que «ver es esquematizar». Es decir, que nuestro cerebro sintetiza lo visto en sus rasgos mas significativos y de ningún modo aprecia la totalidad. Así que un dibujo es quizá la «visión» sencilla que del objeto retenemos en la mente, nuestro registro particular de algo o alguien. Lo único que poseemos en nuestra memoria son esos escasos datos, un resumen de lo exterior. En un retrato, por ejemplo, el ofrecimiento de solo lo esencial de la persona representada puede, sorprendentemente, provocar un curioso feedback, una reacción de comunión con el espectador ante la visualización o identificación perfecta del personaje por coincidencia con lo que de él se tenía elegido y memorizado.

Este efecto comunicador que provoca la síntesis mental llevaría a la indicación aquí del marcaje visual que se realiza ancestralmente por medio de las máscaras, de los maquillajes y en definitiva de los vestidos, objetos, adornos y atributos visuales que se incorporan a alguien a fin de identificarle «gráficamente» ante el público[2]. También podemos incorporar en ese sistema visual los gestos, movimientos y maneras, los comportamientos y rituales particulares, las formas exhibidas con ánimo de definir a alguien o a algo. Estos sistemas visuales de selectos gestos y rasgos, de signos y símbolos, sean personales o colectivos, han sido y son, desde luego, utilizados con muy diferentes fines, tanto «positivos» –para designar lo familiar, lo tribal, la autoridad o el prestigio– como «negativos» –para lo foráneo, lo ajeno, lo malvado o lo ridículo–, con objeto de marcar una liturgia seria y respetable o, por el contrario, cómica o

festiva.

Esas imágenes que muestran una exageración son, en todo caso, las que denominamos grotescas[3]. Son unas primeras expresiones de lo cómico porque su resultado, sea intencionadamente extravagante o no, suele ser divertido, dado el nivel de complicidad que provoca en cualquiera que lo observe y reconozca.

Marginalia, siglo XIX. Monja recolectando penes de un árbol. Romance de la Rosa. Francia. De la Biblioteca Nacional Francesa. Sorprende la cantidad y variedad de dibujos divertidos que aparecen en los marginalia medievales. Estas imágenes se realizaban en los márgenes de los libros y no solían tener que ver con los textos a los que acompañaban. En este ejemplo, todo indica una ironía sobre la lujuria de las monjas.

Múltiples civilizaciones han sentido una gran atracción por ese tipo de imágenes. Se encuentran prácticamente en todas las culturas,

tanto en medios populares como en elegantes y cultos, en cuevas y en palacios, en «graffiti» y en lienzos, en pergaminos, en papiros, en estopas y en frescos, en tablillas de escribas o en libros voluminosos. Visiones grotescas aparecen en lugares considerados tan serios como los manuscritos medievales, por ejemplo, implantados en las letras capitulares o en los amplios bordes que rodean las «cajas» de los textos con aquellos dibujos llamados marginalia. Extrañas escenas se encuentran igualmente talladas en los capiteles de los templos y monasterios o en los coros de las catedrales. Bajo una apariencia decorativa hay constantes y significativos motivos de este rango en el Medioevo. Son miradas deformadas de la humanidad, se dice que realizadas con finalidades virtuosas y ejemplares impostando las maldades diabólicas (a veces con representaciones realmente seductoras del pecado). Hay visiones del mundo al revés o figuras que exhiben lo invertido y opuesto[4], humanos con apariencia animal, torsos con varias cabezas, cuadrúpedos con colas de serpiente, seres con la boca en el vientre, monstruos, cuerpos deformados, etc. Al mencionar este tema, vienen inmediatamente a la memoria aquellas escenas dantescas, de impactantes e imaginativas combinaciones de hombres y animales, pintadas por Hieronymus Bosch o Bruegel el Viejo[5].

LA CARICATURA

La diferencia sustancial representada por lo humorístico y su avance en la historia de su configuración está marcada, pues, por la intencionalidad. Cuando aparece una imagen grotesca con una misión no solo descriptiva sino directamente paródica estamos en presencia de lo que llamamos caricatura. Mientras el dibujo puede presentar esas distorsiones o reducciones de manera involuntaria, mecánica o por el mero afán de identificación, la caricatura es la imagen que busca inequívocamente el efecto jocoso. Es decir, la deformación exhibida quiere resaltar una finalidad burlesca y divertida. Lo cual significa que su síntesis «deformadora» en el caso de la caricatura se podría calificar, con más propiedad, «conformadora».

Si existe un propósito de crítica a personajes o costumbres con un fin de reprobarlos moralmente, de analizarlos o simplemente de divertirse con ellos, esta se materializa en diferentes tipos de sátira gráfica. Este recurso consiste muchas veces en una contracción o una ampliación formal a fin de destacar aquello que se desea[6]. Hay un primer y ancestral modo paródico, consistente en la imitación burlesca de las formas y maneras de un personaje, bien por reducción o por sobreactuación, con el fin de reírse de él, que aquí se ve materializado en la imagen[7].

Acudiendo al significado de caricare, cargar en italiano, la caricatura puede ser definida como la exageración del retrato. Encoge o resume el mecanismo comunicador al seleccionar unos mínimos rasgos fundamentales para la descripción de alguien o algo. La sorpresa obtenida por la relación de coincidencia inmediata entre el dibujo y el esquema mental registrado se acentúa aquí con la manifiesta intención de provocar un momento de simpatía entre el transmisor y el receptor, un hito comunicativo. Una reacción, por cierto, que resulta tan graciosa para el espectador como odiosa para el representado, quien culpará a la torpeza o a la maldad del artista del descubrimiento de esa imagen grotesca que le describe.

La caricatura en su configuración más común como retrato ofrece así una radical síntesis de la cara, una selección jerarquizada de los característicos rasgos faciales de un personaje. Es decir, la consideración del rostro como el conjunto vectorial más importante del que nos valemos los humanos para identificar a una persona, y centrado consecuentemente en realizar una síntesis sumaria, aquello con lo que todos pueden reconocer a alguien, eligiendo las principales características de su cara y resaltando sus diferencias respecto al común, es decir, lo más peculiar y «memorable». Esta caricatura tipo, centrada en el retrato facial, suele ofrecerse sola o completada por un cuerpo gráficamente secundario o con el recurso de presentarlo reducido para fijar más la atención en el rostro.

El término «caricatura» se utiliza hoy en día, sin embargo, con diversas acepciones abarcando distintos significados dependiendo del contexto cultural. Normalmente los diversos diccionarios de español aplican en primer lugar esa denominación a los retratos exagerados con fin de parodiar a alguien, pero en segundo lugar

aparece en un concepto mucho más amplio, abarcando la caricatura cualquier dibujo de personas o situaciones realizado con intención de divertir sin necesidad de que refleje a un personaje concreto. En gran parte de Iberoamérica, por ejemplo, esa denominación en absoluto se limita a los retratos.

La caricatura utiliza distintos recursos para conseguir la identificación del representado. Si en principio se dirige a recoger sintéticamente el rostro o la figura física, también puede definir su personalidad, virtudes, defectos, estatus, carácter o entorno, mediante figuras simbólicas. Muy habitual es ofrecer la sustitución, total o parcial, de la imagen por la de un animal, planta o cosa[8] cuyos atributos, virtudes o defectos, se le asignan. En el caso, tan común, de los animales, se alude a las características que convencionalmente se les atribuyen: la fiereza del león, la charlatanería del loro, la laboriosidad de la hormiga, la presunción del pavo real, la inocencia del jilguero, la torpeza del burro, la lentitud de la tortuga, la bravura del toro, la ponzoña de la serpiente, la voluptuosidad del gato... El cuerpo del individuo es sustituido entera o parcialmente para asignarle alguna de estas propiedades. Este efecto narrativo de representar a animales u otras formas simbólicas[9] con comportamientos de personas para criticar a estas últimas es ancestral y multicultural. Existen indicios de este tipo de grafismos desde tiempos muy remotos, como el ejemplo que en estas páginas se muestra proveniente de Ti-N-Lalan, Fezzan.

Arte rupestre del Suroeste de Libia. Desierto del Sahara. Ti-N-Lalan, Fezzan. 4000-3000 a. C. Calco gráfico de petroglifo de personaje con cuerpo humano y cabeza de conejo. En este concreto petroglifo de Ti- N-Lalan se ve un personaje con un cuerpo humano dotado de un pene gigante y una cabeza de conejo. Llama la atención esta escena por sus características caricaturescas ya que presenta a nuestros ojos alguien con la parte inferior de su cuerpo con actitud y proporciones humanas y gigantescos atributos sexuales mientras la cabeza es de un animal de largas orejas, seguramente un conejo. A pesar

de ser difícil asegurar una interpretación unívoca del tema, el hecho de elegir una figura con una actitud propia de un humano y los rasgos de un conejo, animal conocido ancestralmente por su frenética actividad reproductora, permite aventurar una intencionalidad grotesca, dirigida a destacar una exagerada sexualidad con un tono burlesco.

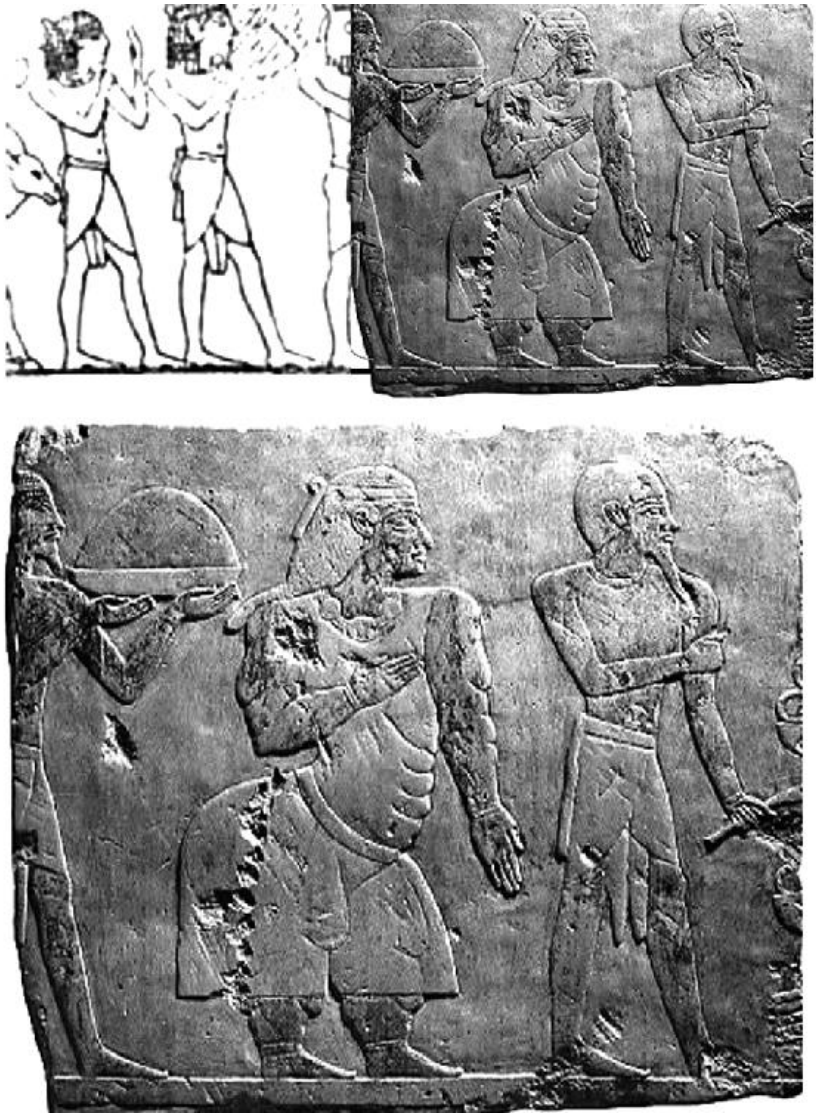
En varias civilizaciones antiguas encontramos realizaciones gráficas de un género que será importantísimo en nuestra cultura a lo largo de la historia: la representación de animales que realizan labores humanas con el afán de parodiar los comportamientos de nuestros grupos y sus convenciones. Tanto en Sumeria como en el Egipto de los faraones encontramos explícitos ejemplos de ese recurso caricaturesco. La solemnidad e hieratismo de las imágenes pertenecientes a aquella época, debida al control propio de culturas eminentemente religiosas, donde la extrema seriedad es norma, hace que sean especialmente interesantes las piezas informales que descubren aspectos diferentes de ese arte.

Se conservan multitud de ejemplos de la época faraónica en ostraca (ostracón, en singular, es el dibujo informal que corresponde a las realizaciones que ejecutaban en los tiempos libres los artistas de las «Moradas de la muerte» o los templos) y en papiros.

Papiro. Dinastía XX del Imperio Nuevo. Egipto. Aprox. 1100 a. C. British Museum, Londres. En esta imagen aparece a la izquierda el león jugando al senet (juego de la serpiente) con el antílope mientras los demás animales se llevan sus pertenencias . Se podría interpretar como una crítica al faraón –el león–, que acepta jugar con su presa –el antílope–

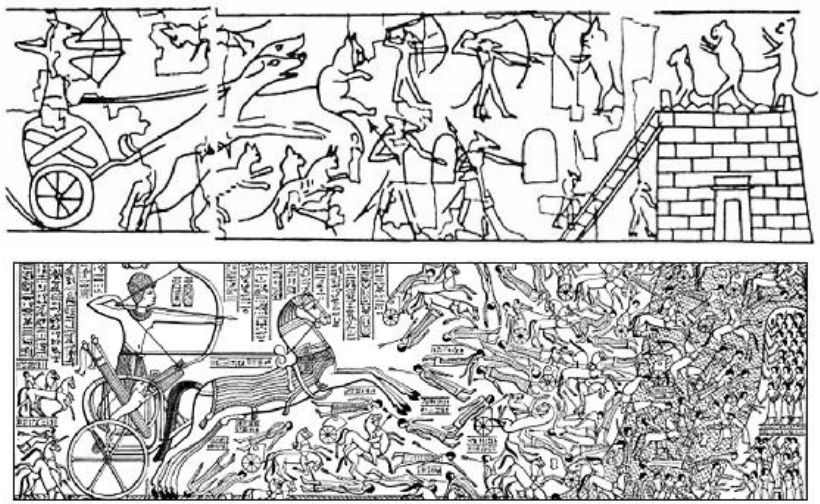
mostrando una actitud débil y una pérdida de autoridad manifiesta.

Ostracón. Dinastías XIX y XX. Gato ofreciendo un pato a la rata. Deir-El-Medinah, Valle de los Reyes. Museos Reales de Arte e Historia, Bruselas. El gato y la rata tienen sus papeles de cazador y presa intercambiados. El roedor representa un alto dignatario, cómodamente sentado, vestido con un faldellín de lino blanco oliendo tranquilamente su flor de loto, sosteniendo en la mano derecha una cinta, típica ofrenda hecha a las divinidades. Ante sí, una mesa con un espectacular pato desplumado. El gato, sumiso, desnudo y erguido, le abanica. Iconográficamente se puede llevar el simbolismo del artista a la crítica social, si se interpreta la autoridad como una rata que exige alimento y los ciudadanos los sumisos servidores, o también que el gato se muestra servil pero que finalmente se comerá a la rata.



Retrato de Ati, la reina del Punt. Egipto, Imperio Nuevo. 1465 a. C. Templo de Hatchepsut. Deir El Bahari. Valle de los Reyes. En este friso la figura de la reina Ati del país del Punt es muy particular. La estilización propia de los egipcios en sus representaciones desaparece y su figura ofrece de manera cruda sus rasgos de enana y un claro exceso de peso. Le precede su marido, el rey Parehu, y le sigue poco después un

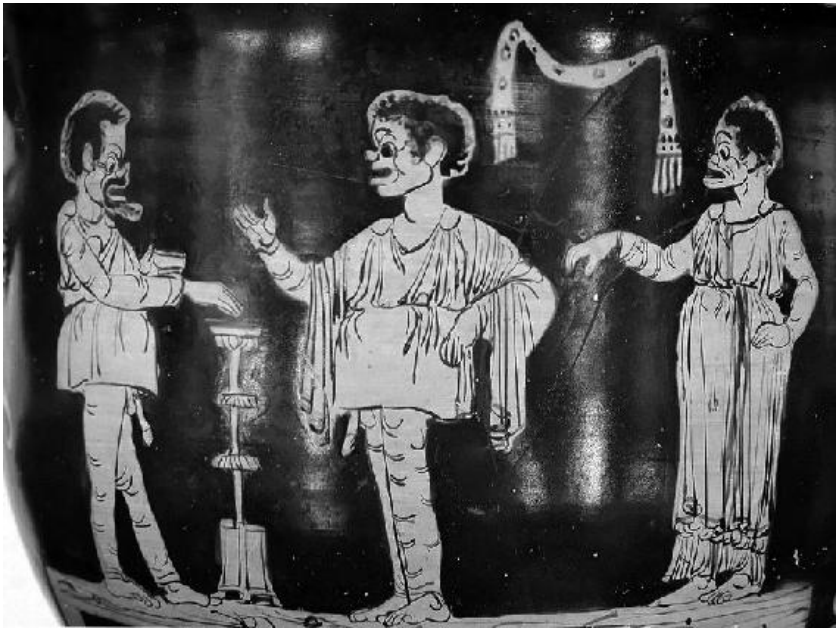
diminuto burro que tiene un expresivo texto de acompañamiento: «El burro al que le tocó cargar con la reina.»



Papiro de la Rata-faraón en batalla. Dinastía XIX. Museo Egipcio de Turín. Foto en P. F. Houlihan, «Comic relief in Ancient Egyptian Art», Ancient Egypt, mars/april, 2002, p. 19. Abajo, dibujo del friso del Ramesseum. La primera imagen ridiculiza las épicas y solemnes escenas de faraones triunfantes sobre sus enemigos tan populares en las impresionantes fachadas de los templos y palacios con sus visiones en bajorrelieve de batallas donde monarcas como Ramsés II, acompañados con sus mascotas-leones, dirigían desde su carro a su ejército, como se ve en el ejemplo del dibujo inferior.

Las imágenes caricaturescas realizadas con un explícito propósito burlesco encontrarían su formato a través de la comedia griega. El canto del komos en las Dionisíacas derivaría en el género que se denomina komedia y que hoy es tan habitual en nuestro mundo que cualquier explicación sobre su significado sobra. Acerca de qué tipo de imagen ofrecían, podemos perfectamente conocerlo en múltiples ejemplos que tenemos en las copas sobre comedias fliácicas de la

Magna Grecia.



Crátera proveniente de la Magna Grecia. Escena de una comedia fliácica. Siglo IV a. C. En estas comedias el tono divertido estaba establecido por medio de vestidos y máscaras grotescas. Los actores visten philyake, traje con postizos, un ajustado leotardo que simula el color rosáceo de las piernas, y una corta túnica blanca, apenas ceñida en la cintura. Las máscaras ofrecen una nariz aplastada.

Kylix ático con retrato de Esopo con un zorro. Grecia, 470 antes de Cristo. Museos Vaticanos. Si la caricatura tiene unos pioneros, el simple nombre de Esopo evoca a los grandes iniciadores del humor. No necesita presentación en este ámbito alguien que ha utilizado el tema de las parodias de animales realizando conductas humanas, algo que ha recorrido todas las civilizaciones, hasta los confines del planeta y desde tiempos inmemoriales hasta hoy (Walt Disney, por poner un ejemplo).

La caricatura es un concreto tipo de retrato al que otorgaron nombre adecuado la familia Carracci. Diversos teóricos, algunos tan prestigiosos como Gombrich o Kris, inician el estudio histórico de la

caricatura en el Barroco italiano[10]. Concretamente su punto de partida lo sitúan a fines del siglo XVI en el taller boloñés de la familia Carracci los pintores Annibale, su hermano Agostino y su primo Ludovico. De llamarse Accademia degli Incamminati (que se podría traducir por «de los progresistas»), donde proponían un estilo enfrentado al del gran Caravaggio, pasó a denominarse finalmente Accademia degli Eclettici («de los eclécticos»), ofreciendo una educación integral pictórica tanto teórica como práctica, que incluía las artes denominadas «menores» en aquellos tiempos. En los ratos de ocio que les dejaba la creación de sus reconocidas obras, disfrutaban realizando a algunos visitantes o a transeúntes un tipo de retrato informal con rasgos especialmente exagerados o sobrecargados. Esos particulares dibujos de rostros con unas formas divertidamente grotescas fueron oportunamente denominados ritratti carichi o caricaturas, y los Carracci, considerados sus primeros formalizadores[11].

Caricaturas de Annibale Carracci. Circa 1595. British Museum. Londres.

LAS TIPOLOGÍAS DEL HUMOR

En un análisis como este, enfocado hacia el humor gráfico, uno de los puntos meridianamente claros es la existencia de un discurso interno, una carga de profundidad, que lleva una dirección marcada desde su inicio, una manifiesta meta a conseguir. Sin embargo, lo variado de sus motivaciones y objetivos es otra característica suya. Desde las realizaciones más antiguas de las que tenemos noticias podemos observar un impresionante elenco de caminos por los que trascurre lo humorístico, que van de lo malvado a lo inocente, de la descalificación y burla más feroz hasta la broma simpática, de la parodia inmisericorde hasta la ingenuidad infantil, del chiste agrio y soez a la reflexión inteligente y sofisticada, de lo dañino a lo amable, de la burla amistosa a la sátira política, de la pulla didáctica a la crítica social, del sarcasmo conceptual a la broma escatológica. Imaginemos por un momento un posible listado de lo considerado correcto y lo encontraremos multiplicado en su contrapartida humorística. Buscar una pretensión concreta común a todo este ámbito, un techo único que acoja la totalidad de lo que consideramos cómico, es, por eso, complicado. Solo puede señalarse como intención genérica lo que llamamos diversión o entretenimiento, entendidos en el sentido amplio de derivación o desviación de la seriedad de lo presente, de utilización de un prisma distanciador que permita aceptar como «ajeno» lo expuesto.

Existe, sin embargo, entre los profesionales una clásica división dentro del humor gráfico según su intencionalidad. A un lado se situaría el llamado habitualmente «cartón» o «cartoon»[12], que tiene como meta la sátira social o política. Suele proponer una reflexión donde se condensa y disecciona un tema de la actualidad acompañado normalmente de una representación grotesca de los personajes implicados en el tema; esta caricatura de los personajes es primordial, porque es la clave de reconocimiento de la situación y sus protagonistas. Habitualmente sirven como comentario ilustrado de los últimos hechos en los medios periódicos, bien sean en papel o digitales, y por ello se dice que van dirigidos a «hacer pensar». Por otro lado, el «chiste» es la obra destinada a hacer gracia sin necesidad de que entren en ello personajes de actualidad.

Se dice que se dirige a «hacer reír»; su juego formal tiene como principal finalidad la pura diversión[13].

Estas son clasificaciones simplistas y reductoras, pero indicativas de la variedad de expresiones que se agrupan bajo el nombre de humor gráfico. Dentro del ámbito de lo cómico hay, por tanto, espacio para reír y para pensar, para la diversión y la reflexión. En definitiva, lo destacable es esa transmisión de conceptos o de ideas que ofrecen los territorios que son objeto de este estudio, bien buscando un entretenimiento más o menos gracioso o bien desde una indagación más analítica de la vida.

El dibujante español Peridis ofrece ágiles retratos caricaturescos sobre la actualidad política. En esta imagen de 2012, y parodiando al famoso filme de la posguerra «Bienvenido Mr. Marshall», la alemana Angela Merkel espera con un hacha oculta al rey Juan Carlos, al presidente Rajoy y una serie de dirigentes políticos angustiados ante la crisis económica del país hispano.

Notas al pie

[1] Freud, S., 1969, El chiste y su relación con el inconsciente, Madrid, Alianza. Ver capítulo «La técnica del chiste», pp. 14-70.

[2] En el teatro popular japonés Noh la máscara sustituye al maquillaje y marca a los personajes.

[3] Grotesco, del italiano «grottesca», tipo de pinturas realizadas en las grutas. Podemos por tanto referirlo a imágenes pertenecientes a

un mundo extraño, morboso y sombrío.

[4] Había en el Medioevo todo un género de figuras grotescas llamadas «babewin» en Gran Bretaña y «babouins» en Francia.

[5] Esta estética no es exclusiva del mundo de la imagen ni solo pertenece al pasado. Por ejemplo, una «estilización grotesca» premeditada se encuentra en los esperpentos de Ramón del Valle-Inclán. Leemos en «Luces de Bohemia»: «El sentido trágico de la vida española solo puede ofrecerse con una estética sistemáticamente deformada.»

[6] Otro recurso de intencionada crítica puede ser el ubicar a unos personajes en un escenario que no es el suyo, lo que crea una situación grotesca.

[7] La caricatura es ancestral porque ha sido utilizada en múltiples épocas y culturas. El propio Leonardo da Vinci la alababa («Con la caricatura debemos hacer reír hasta a los muertos»), aunque no se conocen realizaciones suyas de este tipo.

[8] La reificación o reducción a signos o muñecos es otra variante caricaturesca. Así, en el guiñol, las marionetas simbolizan a personajes mediante una evidente distorsión, y este tipo de teatro podría analizarse como una caricatura gráfica en tres dimensiones.

[9] Ejemplos distintos a los del reino animal pueden ser personajes fantásticos como hadas, dragones, ogros o gnomos. Plantas como un cactus o una margarita con la cabeza de alguien conocido podrían realizar referencias a su carácter. Un muro, una bomba, una caja de caudales, un martillo, un cerrojo, un alambre de espino, una sierra, una pinza, una apisonadora o un sacacorchos son indicativos símbolos de diferentes actitudes o características de aquel cuya cabeza sirva para personalizar estos objetos.

[10] Estos autores (basándose en Wittkower & Bauer, 1931, Die Handzeichnungen des G.L., Roma: Bernini) consideran que «es un hecho que el retrato caricaturesco no era conocido hasta finales del siglo XVI». Gombrich, E. H. & Kris, E. 2011, «The Principles of Caricature», British Journal of Medical Psychology. Vol. 17, p. 1.

[11] Álvarez-Junco, M., 2015, «Las caricaturas antes de la caricatura. Una arqueología del humor gráfico desde la Prehistoria», en revista Versión. Núm 35. México DF: UAM, pp. 100-113.

[12] Cartoon (o el familiar «toon» en EE.UU.) es un término muy usado en todo el universo occidental para referirse al «chiste gráfico» en general. En Latinoamérica se llama con frecuencia «cartón». Tiene coherencia por el hecho de que viene del italiano «cartone» o dibujo –pieza realizada en cartón– que se utilizaba normalmente para marcar las líneas principales de los frescos. Son famosos los de Leonardo da Vinci, por ejemplo. Como curiosidad, en el Reino Unido, aparte de comic strips, a lo que en España llamamos cómic, tebeo o historieta, también les denominan cartoon strips.

[13] Sigmund Freud distingue entre el chiste inocente, al que asigna un fin en sí mismo, como es el establecimiento de un juego conceptual con el espectador, y el chiste tendencioso, que tiene una finalidad hostil, agresiva, obscena, etc.

Capítulo 5

El humor gráfico - 2

La imagen reproducida y difundida

«How do you know I'm mad?» said Alice.

«You must be», said the Cat,

«or you wouldn't have come here.»

Lewis Carroll, Alice in Wonderland

El humor gráfico y el arte tienen un territorio común: ambos nutren nuestro espíritu, se dirigen a los sentidos, nos hacen observar de forma distinta la realidad, nos sacan de nuestra cotidianeidad, enfatizan la vida, destacan la individualidad de su creador… Al ser portador de imágenes, el humor gráfico tiene, como el arte, la posibilidad del disfrute visual, con el desarrollo consiguiente de aspectos estéticos y simbólicos. Al encarnarse en ilustraciones, pisa con frecuencia territorios plásticos y proporciona espacios de expresión propios de un creador.

Sin embargo, las imágenes humorísticas son manifestaciones condicionadas por el medio, por el contexto donde se van a ubicar y por la demanda que determina su contenido y su formalización. Siempre tienen un propósito, un destino final y una imperiosa exigencia de concreción formal. Se trabaja en ellas bajo el impulso de una iniciativa previa, con unos medios de comunicación definidos y están dirigidas a una multitud de personas.

Una característica del humor es que nada tiene de individual. Su carácter inequívocamente grupal exige que no solo vaya dirigido a los demás, sino que su transmisión se realice de la manera más

directa posible porque, de no ser así, ocurre algo tan radical como su pérdida y desaparición.

Freud dice que «lo cómico puede ser disfrutado de forma individual donde surge ante nosotros. En cambio, el humor debe ser comunicado»[1].

El humor gráfico ofrece siempre una imaginativa solución gráfica para conectar con los otros. Es un juego que sirve para cuestionar los patrones establecidos, los automatismos, los tópicos y lo reglado. Gracias a él los conceptos y las normas se pueden retocar y remover. El uso del absurdo y lo burlesco distancia y cuestiona lo «correcto». Así, sea estúpido o inteligente, banal o profundo, agresivo o inocente, siempre planteará algo sorprendente, una visión distinta de aquello a lo que se dirige[2].

La comunicación del humor se concreta al servirse de un medio de difusión adecuado para que el efecto buscado se materialice. Este soporte es fundamental porque el humor, como recurso dirigido a la colectividad, precisa llegar al conocimiento del «común».

Una pieza realizada para consumo privado pierde en principio su carácter de humor gráfico, al no procurar su acceso público y no poder obtener la respuesta de retroalimentación necesaria, es decir, el resultado transgresor que motivó su creación. En este sentido, los dibujos caricaturescos de los Carracci no pretendían otra cosa que la diversión particular y nunca utilizaron ningún tipo de grabado ni de difusión pública.

Es exigible, pues, una divulgación apropiada para considerarla como perteneciente al ámbito del humor gráfico. El humor gráfico ha utilizado históricamente diversos recursos y soportes para esa comunicación, desde el grabado en piedra o en cerámica hasta el papiro, el pergamino o el papel, bien por distintos métodos artesanales o por las maquinarias impresoras de la xilografía, la calcografía o la litografía, llegando a los actuales de la difusión electrónica.

Se encuentran ejemplos variados anteriores al Barroco que sí tuvieron ese afán de difusión y publicidad. El invento de Gutenberg había supuesto un enorme salto técnico que proporcionaba unas

posibilidades de difusión hasta entonces impensables. La multiplicación y versatilidad de la imprenta y el perfeccionamiento del grabado, tanto xilográfico como calcográfico, significaron un nuevo concepto de imagen popular. Incluso antes de la invención tipográfica, por medio de la xilografía no era raro el acceso a las masas a través de hojas didácticas, calendarios, manifiestos, bandos, estampas religiosas, etc. Posteriormente, con los diversos medios impresores de cada momento, se distribuyeron desde las últimas historias escandalosas o las canciones hasta los avisos y advertencias de las autoridades. Dentro de estos grabados anteriores a los Carracci hay ejemplos que poseen la condición de dibujos grotescos, como todo un catálogo de estampas dedicadas a la crítica contra la Iglesia de Roma, precisamente nada ajenas a la burla y la diversión paródica. Una muy conocida es en el siglo XVI la estampa xilográfica de Lucas Cranach en la que retrata al Papa de Roma con la imagen de un extraño híbrido animal como personificación del Anticristo.

Deutung der grewlichen Figurn Bapſteſels/zu Rom funden.

Durch Herrn Philippum Melanthon.

Lucas Cranach, «el Viejo», «Der Papstesel zu Rom» (El Papa asno de Roma), 1523. Panfleto impreso en xilografía a una cara producido en la imprenta de Cranach, en Wittenberg. Figura con cabeza de asno, cuerpo de mujer con piel de reptil, un brazo de cerdo, una garra y una pezuña por pies, una cola de cabeza de dragón con el fondo del Castel Sant Angelo.

La difusión gráfica de la propaganda política y religiosa se realizaba normalmente a través de grandes tableros en la calle, ilustrados con frecuencia con xilografías, que hacían accesible a las masas estas informaciones.

A partir del siglo XVII será la prensa periódica el medio habitual de comunicación y difusión para las minorías educadas. En los cafés y clubes de París y Londres, donde se fraguaba una opinión pública embrionaria de enorme importancia posterior, era normal que hojas con textos y dibujos críticos fueran distribuidas junto a diversas colecciones de grabados.

Posterior al Barroco, pero con una distribución e impacto popular sorprendente para sus tiempos, se produjo uno de los grandes hitos de la historia del humor en la Inglaterra del siglo XVIII: la gráfica satírica del atrevido y brillante William Hogarth. Realizó también caricaturas, muestra primordial de humor gráfico, al poseer una unívoca finalidad graciosa, es decir, la idea de compartir una realización divergente o divertida con el espectador para obtener su complicidad. Hogarth distinguió, sin embargo, en su obra, las caricaturas de los caracteres, diferenciando las primeras por su «búsqueda de la comparación cómica».

William Hogarth, «Caracteres y caricaturas», 1743. Grabado calcográfico. Library of Congress. Washington. USA.

William Hogarth, «The Reward of Cruelty», 1751. Tate Britain, London, UK.

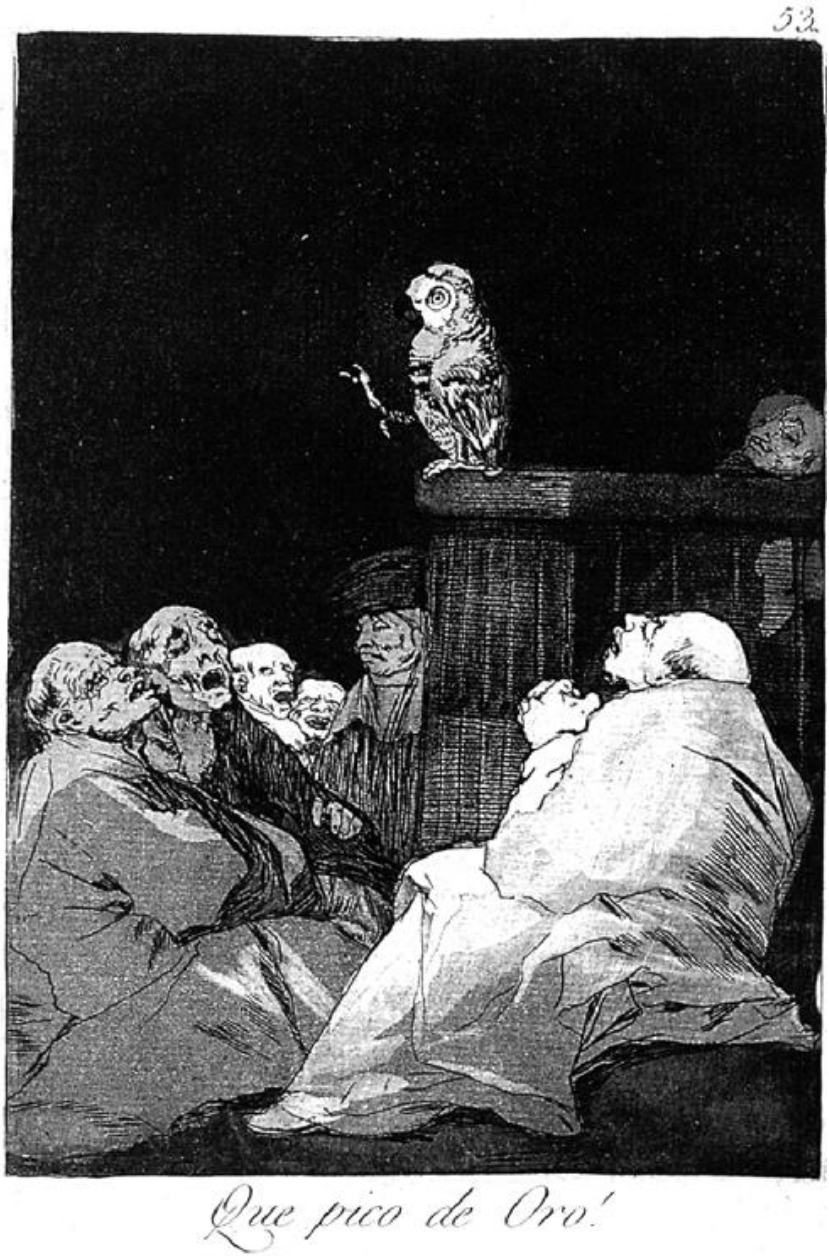
Hogarth, figura fundamental del humor gráfico histórico, fue el bravo precursor de todo un concepto de metáfora visual, de discurso icónico, de juego con los elementos conceptuales y formales. Sus estampas críticas fueron despreciadas por las clases aristocráticas, y el enorme éxito entre las clases populares en Gran Bretaña se volvió en su contra, no siendo considerado entre los

grandes artistas británicos hasta hace muy pocas décadas.

La amplia difusión de sus espléndidos grabados calcográficos, que retrataban con inteligente ironía a su sociedad, y que él mismo llevó con frecuencia a la pintura, se realizó en principio en clubes y reuniones de caballeros. Su popularidad fue tan extraordinaria que dieron lugar incluso a su edición en tazas y jarras[3]. Entre 1732 y 1735 desarrollaron sus series de estampas más conocidas: «A harlotś progress» (La carrera de la prostituta) y «A racketś progress» (La vida de un calavera). Con una finalidad divertida en sus escenas de detallados fondos combinaba los elegantes e hipócritas ambientes de aristócratas con los de los bajos fondos. Hogarth fue un asombroso precursor del humor gráfico de hoy, alternando el ácido comentario social con el uso de lo ingenuo y la inclusión de sorprendentes incursiones en el juego visual de los elementos representados. Siendo extraordinariamente sarcástico y divertido, Hogarth es una figura aislada y perteneciente a una época que no dispone aún de canales masivos de publicación.

El nacimiento del humor gráfico, según lo entendemos hoy, y con él la eclosión de la caricatura, se debe trasladar a los tiempos de la Ilustración y, con mayor precisión, a la Revolución Francesa. Entonces sí se dieron las condiciones adecuadas sociales, políticas, y las plataformas mediáticas técnicas y conceptuales. Con la aparición y evolución de la litografía se consiguió una elaboración rápida de los dibujos y una facilidad de edición que proporcionaba una publicación más ágil[4]. El fundamental ambiente de libertad para la difusión de impresos, hasta entonces estrictamente controlada por los poderes públicos, políticos y religiosos, y el empuje revolucionario francés hizo aparecer un nuevo escenario imprescindible para el tema que nos ocupa.

El tipo de caricatura que utiliza la metáfora de los animales para criticar las conductas de los hombres, de la que Esopo es una referencia clásica, se había convertido en un importantísimo género, del que se valió el mismo Francisco de Goya en sus Caprichos de fin del siglo XIX.



Francisco de Goya, «Qué pico de oro», 1799. Caprichos. Goya realizó grabados donde ridiculizaba las conductas humanas

mediante la utilización de animales. Esta sustitución es un recurso de enorme popularidad histórica. La eficacia de la metáfora es algo comprobado directamente en su utilización humorística. Por medio de ella, cualquier concepto que tenemos instalado y asimilado en un marco referencial puede ser visto desde otra situación para así actuar distanciadamente sobre él. Al observar uno a través del otro, la reflexión realizada en el primero se traslada a este último.

Francisco de Goya, «Cabezas de caricaturas», colección particular. El pintor aragonés realizó de manera privada y parece que por mera diversión algunos retratos caricaturescos, como vemos en esta muestra.

En el giro entre el siglo XVIII y XIX, ante este ambiente liberal y las nuevas técnicas reproductoras de imágenes, aparecieron centenares de publicaciones, folletos, hojas volantes y periódicos con caricaturas y dibujos humorísticos. Los artistas de varios países de Europa, siguiendo la dinámica de la prensa revolucionaria francesa, publicaron multitud de imágenes cómicas. Es de destacar en especial, desde Inglaterra, Thomas Rowlandson (1757-1827), que creó el primer personaje cómico –el Dr. Syntax–, desarrolló la secuencia de viñetas produciendo incluso un librito en forma de tiras («La Escuela del Escándalo») y utilizó el bocadillo o globo. Junto a él, James Gillray (1757-1815), de un estilo agrio y salvaje, usó el globo de forma habitual. Otro hito del humor de aquella época fue George Cruikshank (1792-1878).

James Gillray en 1802 retrata en esta pieza a una dormida Gran Bretaña mientras Europa está poniéndose al día. Curiosamente, más de dos siglos después, esta metáfora no se

puede considerar en absoluto obsoleta.

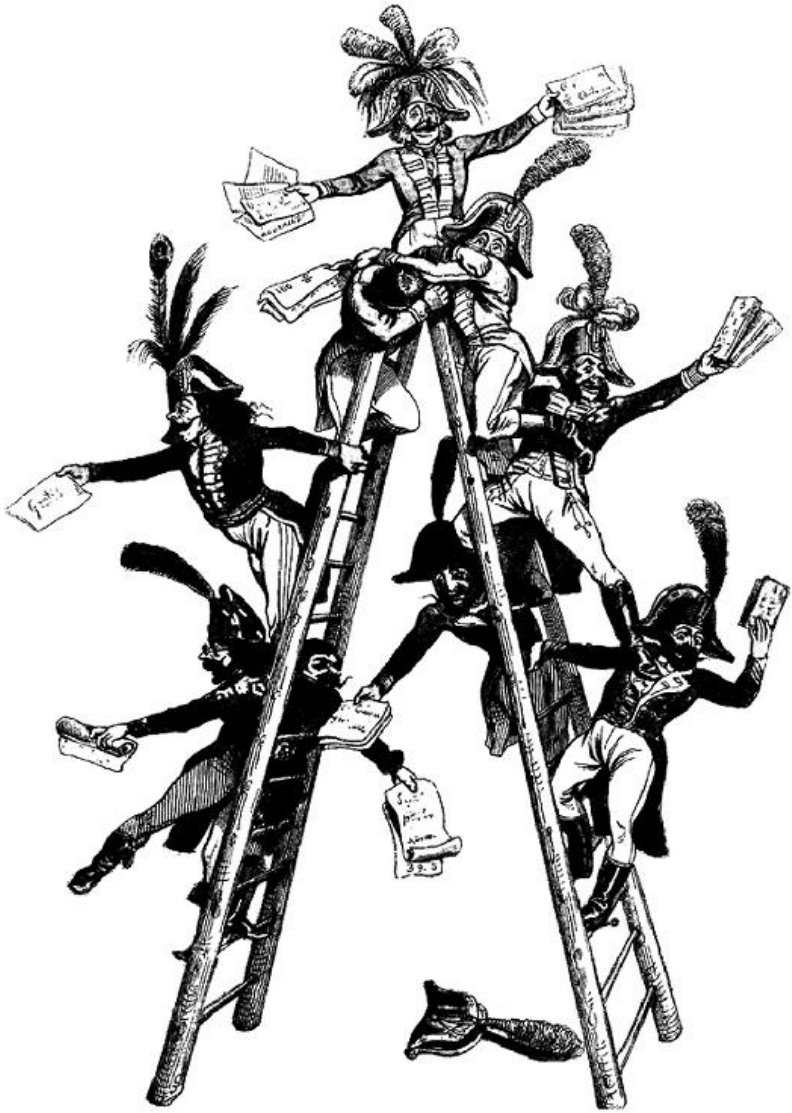
Thomas Rowlandson. Uno de los grandes humoristas británicos a caballo entre el siglo XVIII y XIX. Fue uno de los primeros artistas que se dedicó al erotismo gráfico.

G. Cruikshank, *The Railway Dragon*

George Cruikshank, «La llegada del dragón ferroviario». Ilustrador del «Oliver Twist» de Dickens y temible caricaturista, recibió en 1820 un «soborno» con 100 libras esterlinas que le comprometía a que en su obra jamás apareciese el rey George III de Inglaterra «in any inmoral

situation». Creó, junto con Gillray y Rowlandson, la visualización del arquetipo británico John Bull.

En la Francia del siglo XIX grandes artistas que desarrollaron su labor litográfica en la prensa satírica, como Philipon (1800-1862), dibujante y director de Le Charivari, o como Grandville (1807-1847), con su ágil e imaginativa colección de imágenes de animales y plantas con comportamientos humanos (en particular su libro «Un autre monde»).



Grandville (nombre artístico de Jean Gérard) fue un extraordinario humorista, que utilizó la reificación o el uso humanizado de animales, plantas y diversos objetos para una surrealista crítica de la sociedad francesa. En el primer grabado muestra al editor como el cocinero que sin inmutarse corta en pedazos los textos del escritor. En el segundo, una

campaña política con los candidatos «vendiendo» sus programas. El tercero, un retrato de personaje donde el recurso del humano con cuerpo de animal está eficazmente invertido.

Entre ese elenco de dibujantes, quien conferiría con su obra compacidad conceptual a lo que denominamos caricatura es Honoré Daumier (1808-1879), figura fundamental al entrar en un ámbito mediático muy próximo al que poseemos hoy. Gran artista, pintor, escultor y dibujante de prensa (primero en La Caricature y posteriormente en Le Charivari, donde acompañaba a Grandville), se sirvió de la nueva técnica de la litografía y de sus facilidades para dibujar y exhibir semanalmente su visión de la sociedad a través de los periódicos. Combinó, como Hogarth, el humor crítico de sus caricaturas políticas o sus inmisericordes retratos de jueces con entrañables escenas cotidianas de labriegos y gente humilde en general. El Quijote le sirvió de extraordinario ejemplo para su expresión, con piezas perfectamente divertidas junto a obras de búsqueda plástica.

TYPES PARISIENS.

Chez Bauger R. du Croissant 16.

Imp. d'Aubert & Cie

REGRETS.

Honoré Daumier, artista universalmente conocido por sus ilustraciones y pinturas, es una de las grandes referencias de la historia del humor gráfico. Sus escenas suelen ser populares y enormemente cercanas. Las series litográficas más conocidas son quizá «Escenas conyugales», «Emociones parisienses» y «Funcionarios judiciales».

Daumier se convirtió en referencia histórica para el humor gráfico con su litografía de «Gargantúa», el personaje glotón de Rabelais, en la que retrataba irónicamente al monarca Louis- Philippe I de Orleans (el «rey Pera») engullendo todo lo que el pueblo le traía. La enorme transcendencia que tuvo ese dibujo le conduciría a seis meses de prisión y ante el mundo al puesto de creador de la caricatura como género.

Un condicionante del humor gráfico es, pues, la reproductibilidad al ser su destino la difusión adecuada en medios masivos. Desde sus primeros tiempos, sobre todo, pero también hoy, el requisito de su publicación, de su multiplicación, de su accesibilidad al público en general, de su pertenencia a los medios, ha condicionado sus realizaciones.

Honoré Daumier. Su famosa caricatura titulada «Gargantúa», en la que aparecía el rey Louis Philippe como el conocido personaje de Rabelais, insaciable devorador de los bienes del pueblo, fue publicada en La Caricature el 15 de diciembre de 1831. Le valdría a su autor seis meses de reclusión en un manicomio.

Estas consideraciones llevan a la conclusión de que no bastaba la elaboración de dibujos de formas divertidas o grotescas y tampoco era suficiente añadirle una intencionalidad crítica en lo social y lo político. Lo que completaría su estatus caricaturesco sería la publicación y consiguiente arribada al colectivo por unos medios de difusión adecuados. La caricatura es una imagen intencionada que busca una interpretación lúdica y, por tanto, es precisamente elaborada con ese fin comunicador. Creada para ser observada y comprendida por los demás, la caricatura necesita, en definitiva, un soporte adecuado de difusión. Si así se considera, se puede

perfectamente decir que el fundador de la caricatura tal y como hoy la entendemos fue el genial crítico gráfico Daumier.

LAS FORMAS IMPRESORAS

La caricatura, bien como retrato grotesco o simbólico, o bien con combinaciones de ambos, se ha servido de diferentes soportes y medios para su expresión.

La caricatura, puro grafismo, puro humor, supone un género que, aunque para algunos puristas no entraría en la consideración estricta de chiste, es, por derecho propio, una de las grandes referencias en el ámbito del humor gráfico y se erige en un paradigma burlesco, en un clásico prototipo cómico.

Si la difusión ha supuesto la consecución de una mayor distribución y conocimiento, la correlativa ausencia de «originales» y presencia masiva de «copias» ha marcado, por otro lado, a la baja la consideración artística del mundo ilustrador en general, y aún más la del humor gráfico. Este último, a pesar de su enorme popularidad y la calidad de algunas de sus realizaciones, se ha considerado una parcela marginal dentro del mundo de la imagen. Hasta hace poco, ni se planteaba su tratamiento por parte del mundo académico. En la librería del barrio o en la biblioteca municipal había que buscar el humor gráfico en algún rincón para curiosos, y dentro de los medios periódicos se situaba estratégicamente en las últimas páginas informativas culturales, en las infantiles o en las de entretenimiento.

Los condicionantes técnicos de los medios de reproducción, relativamente toscos hasta hace unos años, lastraban la calidad y detalle de las realizaciones ofrecidas en los medios populares. Proporcionaban incluso un peculiar «estilo» de líneas sin matices y descaradas tramas gruesas, de cortas o nulas escalas tonales, simplificadas siluetas, rasgos infantiles, textos rotulados o caligrafiados en claras letras mayúsculas e imperfecciones cromáticas (las escasas veces que había color), todo ello debido a

las pobres condiciones de las imprentas y los papeles en que implantaban. Eran necesarios para la consecución de «artes finales» especialmente destinados a la preimpresión, a evitar empastes o dudosos perfiles. Estos inconvenientes, que afectaban gravemente a todas estas obras, tuvieron un feedback sorprendente en las últimas décadas, al ser apreciados como una nueva manera de arte. Las características estilísticas de los grafistas se comenzaron a observar y utilizar como modos estéticos, dando así, de paso e inesperadamente, importancia y valor a la calidad de contenidos y formas que aportaba. Aprovechando la popularidad de sus personajes como modelos icónicos referenciales, se convirtió en toda una escuela formal, provocando seguidores más allá del campo editorial y ejerciendo una tremenda influencia en medios artísticos, en especial a partir del Pop Art de los 1960. El mundo plástico hizo de la ruda «necesidad» de unos medios siempre a remolque de la máquina reproductora una «virtud» formal, nutriente de la modernidad estilística de la segunda mitad del siglo XX.

Roy Lichtenstein, «Tin Tin reading», 1993. El Pop Art se valió no solo de la estética de las tramas y líneas de los grafismos de baja resolución de las publicaciones populares sino también de la popularidad y simbología de sus personajes. Se ponía de manifiesto así la influencia de este mundo en el imaginario cultural de todos.

Hoy la digitalización y las facilidades adquiridas en la preimpresión, así como los avances impresores, hacen que la reproductibilidad haya pasado a un segundo plano en la preocupación del creador. Ahora nos movemos en una nueva y curiosa «artesanía digital» por parte del artista que domina mejor el proceso desde su máquina computadora, al proporcionar posibilidades de reproducción más sofisticadas y una reducidísima participación de eslabones profesionales en su producción.

La difusión necesaria ha marcado la historia del humor gráfico. Mientras en todas las crónicas de infinidad de pueblos hay documentación escrita sobre la existencia de burlas, sátiras, pullas o críticas jocosas desde hace muchos siglos, de la gráfica, que es el tema que aquí interesa, quedan escasas muestras. Se puede argumentar que esto puede deberse a que precisa de habilidades de representación que son menos accesibles que las verbales. Se podría añadir que son difícilmente reconocibles como tales con nuestro sentido del humor de hoy. Sin embargo, es imaginable y deducible que se hicieron siempre o casi siempre. En Grecia se realizaron pinturas, dibujos satíricos coloreados en vasos y esculturas burlescas (como los retratos grotescos del poeta Hipónacte). En Pompeya se conservan algunos graffiti que incluyen imágenes representativas de personajes distorsionados con una finalidad claramente humorística[5]. En el Medioevo, todo lo cómico tiene un amplio muestrario de soportes, desde los bufones o los monjes Goliardos hasta los juglares o los cómicos de la legua, aunque el mundo específico gráfico es, de nuevo, difícil de concretar y hay distintas teorías sobre el sentido del humor de entonces, tan distinto al nuestro.

El panorama actual del humor gráfico se debe en gran parte a la superación de determinados tópicos llevada a cabo a partir de la difusión de la prensa del siglo XIX. Los avances técnicos y mediáticos hicieron todo más cómodo y desembocaron en una transformación conceptual de enorme impacto social. Así, el mundo de la gráfica alcanzó niveles de gran prestigio, desconocidos décadas antes. Lo visual tiene ahora acreditados unos usos simbólicos de importancia indiscutible. Las ilustraciones no son consideradas añadidos ni meras subordinaciones a los textos, sino hermosas realizaciones que exhiben su luz propia y autónoma. Lo

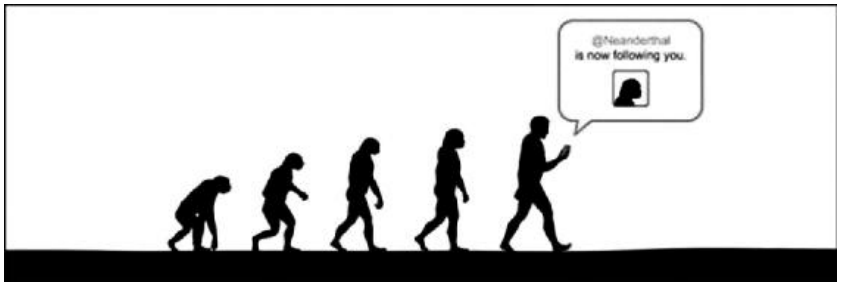
único e irrepetible no se considera como referencia excluyente en la definición del arte. Las características formales de lo reproducido gráficamente, los condicionantes técnicos y su estética comunicativa son incluso motivo de utilización por la plástica más ortodoxa. Grafismos varios, viñetas cómicas, animaciones dibujadas y realizaciones iconográficas ocupan espacios artísticos, cuestionan límites conceptuales, plantean críticas, sorprenden por su imaginación intelectual y técnica, desbordan barreras estéticas y provocan la atención y reflexión del ciudadano.

Peter Kennard & Cat Picton Phillipps, «Photo-Op», 2006. La carencia de calidad gráfica que planteaban las realizaciones del humor con el avance de las nuevas herramientas

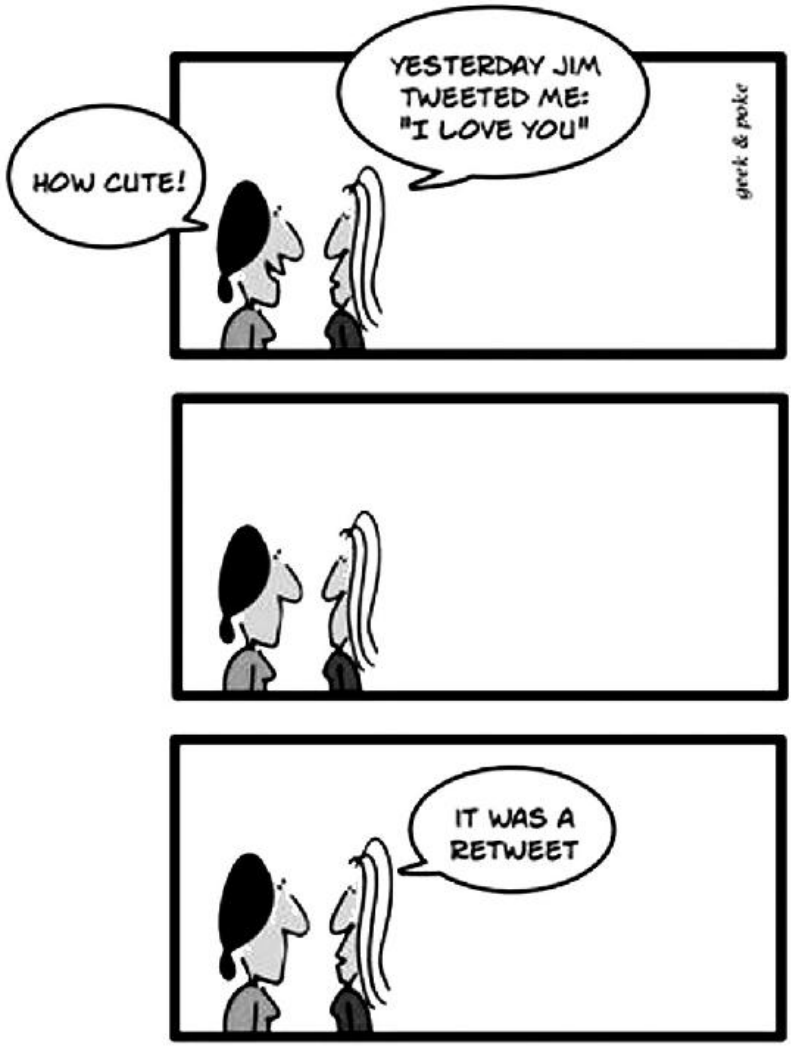
electrónicas han sido totalmente superadas. Los juegos con imágenes de gran definición son ahora muy sencillos y están al alcance de cualquier ordenador. El artista londinense Kennard, incansable crítico de la Guerra de Irak, aprovecha una tierna instantánea del mandatario británico Blair fotografiándose con un ingenuo grupo escolar para, utilizando el Photoshop, sustituirlo por un devastador incendio (www.peterKennard.com).

Las metodologías, procedimientos y recursos gráficos han evolucionado y se han ampliado con las nuevas tecnologías electrónicas, donde una persona desde prácticamente cualquier lugar puede realizar complejas realizaciones y difundirlas instantáneamente por todo el mundo.

«In case of fire, exit building before tweeting about it». Dibujo anónimo, tomado de Internet, 2014.



«@Neardenthal is now following you», anónimo tomado de elblogdeEva.com.



Viñeta de Geek and Poke, 2013. Este tipo de realizaciones humorísticas son habituales en el mundo del smartphone de los últimos años. Las redes sociales se han convertido en un masivo medio de comunicación personal a nivel mundial. No solo se cruzan y difunden millones de fotos y montajes a través de las aplicaciones telefónicas, sino que han creado un nuevo medio difusor y un nuevo género de humor, donde el inglés se ha convertido en un idioma

universal.

Los clásicos dibujos artesanales conviven en las últimas décadas con variadas técnicas comunicadoras de imágenes, como los fotomontajes o collages. Desde que estas formas de trabajo visual hicieron operativa su creación desde el ordenador personal, el artista correspondiente decidió que eran soportes comunicadores aceptables y lo demostró. Esto que sucedía en los últimos siglos en el campo editorial es ahora fácilmente trasladable a la pantalla y desde ella al mundo. Hoy en día en Internet o en televisión y, como inesperado nuevo medio de comunicación gráfica, el teléfono, son enormemente habituales las imágenes cómicas, acompañadas de textos o no, estáticas o videográficas. El hecho de que estén animadas o, que los textos sean hablados, no les excluye del mundo del humor gráfico. Aunque siempre se puede objetar que, si son imágenes en secuencia con posibilidad de texto hablado, estamos entrando en el campo de la cinematografía cómica. Parece, pues, que aquí es donde hay que marcar el límite. Aceptando la convención, así lo hago.

Notas al pie

[1] Freud, S., 1969, El chiste y su relación con el inconsciente, Madrid: Alianza. Ver capítulo 5.2: «El chiste como fenómeno social».

[2] Bergson dice que «la risa no tiene mayor enemigo que la emoción (…) el humor se dirige a la inteligencia pura». Destaca así que el discurso humorístico no produce una intensificación emocional, sino lo opuesto, ya que reduce el enconamiento y la carga afectiva; es decir, logra un distanciamiento. Bergson, H., 1979, La risa, Madrid: Austral, p. 64.

[3] Hogarth fue plagiado – pirateado– sin compasión. Acabó su vida desprestigiado a causa de sus profusas imitaciones así como de las

grandes enemistades que le creó su ácida crítica.

[4] Manuel Barrero dice que «la caricatura alcanzó gran sofisticación a lo largo de los siglos (...), pero no adquirió desarrollo suficiente hasta que no se estandarizaron las labores de grabado e imprenta que permitieron hacer copias correctas de imágenes de este tipo». Barrero, M., 2010, «Vigencia del humor gráfico en el siglo XXI. Modelo para la comprensión de un medio». Revista USP, Universidad de Sao Paulo, p. 7.

[5] El grupo escultórico de Pasquino, por ejemplo, era un sitio referencial de desahogo gráfico en Roma donde la gente tradicionalmente dejaba sus «graffiti» con improperios, acusaciones y mensajes insultantes. Este lugar, de donde proviene el término «pasquín» no es difícil imaginarlo que fuera escenario de caricaturas o dibujos burlescos.

Capítulo 6

El humor gráfico - 3

La imagen leída

«Donde hay poca justicia es un peligro tener razón»

Francisco de Quevedo

Casi por definición, el humor gráfico se relaciona estrechamente con la ilustración. Las imágenes cómicas, que en principio deberían girar en torno a lo visual, a lo meramente icónico, sin embargo, con mucha frecuencia se ven ofrecidas junto con un texto de apoyo. Vale la pena reflexionar sobre esta peculiar compañía, porque no es nada circunstancial ni anecdótica, sino que se convierte en un condicionante y en una ayuda para su comunicación.

Las visualizaciones de las obras de los juglares, de las canciones de ciego, de las poesías, las aucas o aleluyas[1], con dibujos que apoyaban escenificando gráficamente las situaciones que la verbalidad dominante se encargaba de describir, son muy antiguas. Este acompañamiento de una imagen con un texto explicativo o complementario sigue vigente, y son todavía hoy habituales las piezas de humor gráfico sustentadas por un texto que es el portador de la propuesta reflexiva mientras la ilustración le sirve de marco y referencia. Quiere esto decir que hermosos o sarcásticos dibujos han ido, y siguen yendo, del brazo de textos que los motivan. De esas imágenes derivadas del humor verbal donde la viñeta hace de soporte visual al texto generador de la comicidad se ha pasado, sin embargo, a otras múltiples y diferentes posibilidades de relación ilustración- humor.

Se daba el caso, en estas ocasiones, de que el mecanismo perceptivo doble y paralelo por el que la imagen estaba destinada a verse y las

palabras a leerse, conducía a que en una pieza gráfica tradicional (consistente en ilustración más texto) latiera una cierta esquizofrenia, debido a la utilización de este dueto de sistemas perceptivos tan distintos y no siempre armonizados[2]. Era necesaria una interacción entre estos y la solución no era fácil.

EL CÓMIC

Las secuencias de imágenes han existido desde muy antiguo. Los frisos egipcios ofrecen ya escenas con una sucesión temporal. En el Medioevo, es habitual encontrar narraciones explicadas en diversos cuadros en retablos, tapices y altares.

Cuenco. 3200 a. C. Museo Nacional de Teherán, Irán. Cuenco de barro cocido con una animación en cinco dibujos. Ofrece una secuencia en la que la cabra representada brinca y mordisquea a las hojas de las ramas cercanas. Se puede perfectamente jugar a girar el objeto y obtener una impresión cinética en la que el animal salta y salta. Sorprendente animación de hace 5.000 años.

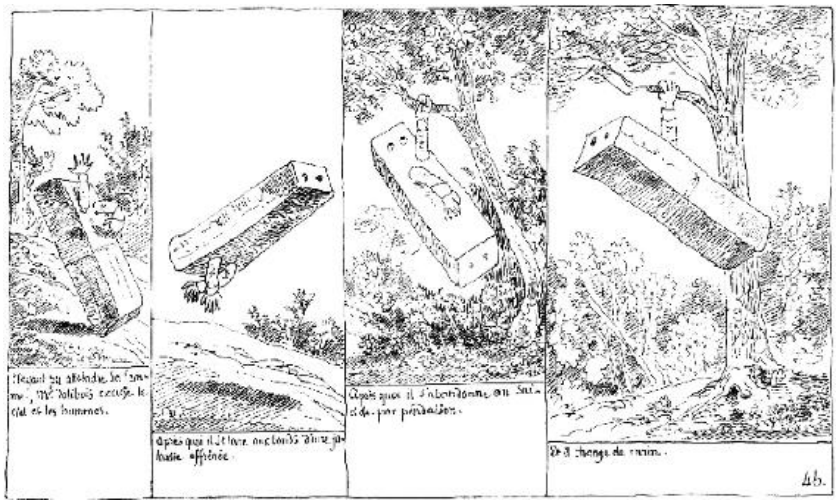
Por otro lado, la imagen acompañada por un texto se había establecido casi desde los inicios de la escritura, como en el mismo Código de Hammurabi[3]. La utilización de espacios específicos para lo hablado, como globos, leyendas enmarcadas o bocadillos, tiene antiguos precedentes. En la Edad Media, la inclusión de textos en la imagen no es nada rara en retablos o altares. Lo que no existe aún es ninguna interacción con la imagen. Son sencillos añadidos que buscan huecos en la imagen para figurar.

Detalle de «La Adoración de Cristo», en un manuscrito del Apocalipsis de 1230. Biblioteca del Trinity College. Cambridge.

Detalle de «La muerte realiza su juicio», en Las Horas de Rohan, 1420. Se aprecia cómo en aquellos tiempos se solía dirigir el globo desde la boca del emisor hacia el receptor. El agonizante, en un lecho de huesos que anuncian su muerte, habla en latín: «In manus tuas Domine». Le responde Dios, en francés: «Por tus pecados penarás y el Día del Juicio Final ante Mí estarás», mientras San Miguel y el Diablo se disputan su alma.

La manera gráfica de incluir textos dentro de globos en las imágenes es habitual ya en los artistas de los siglos XVIII y XIX y fue muy utilizado por los artistas gráficos como Thomas Rowlandson, James Gillray y George Cruikshank, de los que hemos hablado antes.

A lo largo del siglo XIX el mecanismo de las ilustraciones irá buscando más y más procedimientos narrativos, perfeccionando las maneras de comunicarse con imágenes, entre los que destaca el desarrollo de secuencias visuales con un sentido mucho más dinámico que en tiempos pasados, con una idea de conjunto comunicador. En mitad de ese siglo, el caricaturista suizo Rodolphe Töpffer propone piezas, realizadas de modo privado y sin afán de publicación, con la sencilla intención de divertir a sus alumnos y a sus amigos, que se pueden considerar auténticas historietas, ya que se alejan de la sucesión de dibujos estáticos que se ofrecía con anterioridad. En las narraciones gráficas, que Töpffer denominaba «novelas estampas», todo fluye con naturalidad. Sus principales obras, Docteur Festus (parodia elogiada por el propio Goethe) e Histoire de M. Cryptograme, son buenos ejemplos de que se está estableciendo un nuevo medio dibujado con una dinámica lectora.

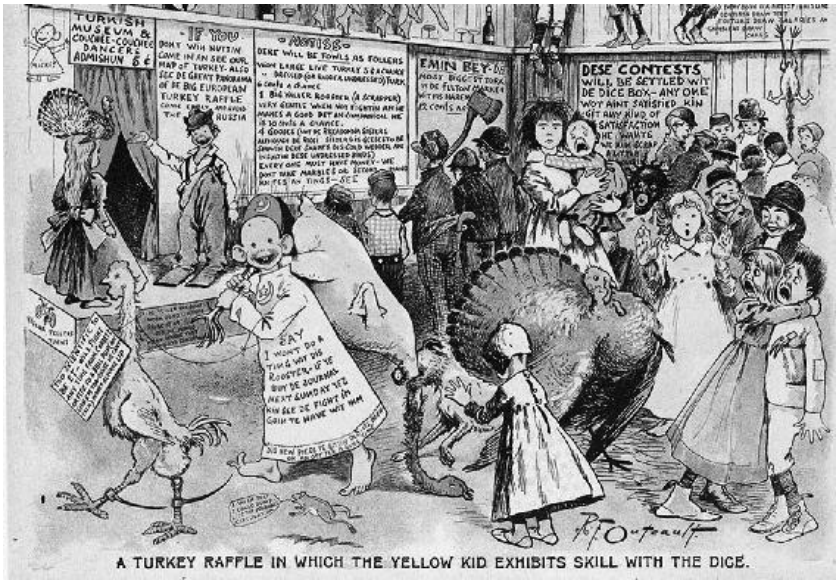


Rodolphe Töpffer, Mr. Pencil. Plancha nº 46 (de 70). Realizada en 1830 y publicado en 1840. En las divertidas obras de Töpffer, los textos no se integran todavía en las imágenes, pero la dinámica secuencial que estas establecen está increíblemente avanzada.

Después de la evolución conceptual y técnica de toda esta serie de herramientas discursivas, no es raro que en el giro del siglo XIX al XX se produzca finalmente la aparición de un interesante y nuevo género de narración, producto de la prensa periódica: la historieta o cómic[4]. Estas tiras cómicas incorporadas para ilustrar y dar más color y frescura a los periódicos (en particular a los denominados «amarillos»)[5] realizarían una fusión de texto e imagen o, para ser más exactos, tratarían la palabra como imagen. A partir de aquí, las letras, las frases, los textos, aparte de su labor como elementos «lectores», se incorporan como elementos icónicos, con un cuerpo y espacio a ocupar en la imagen global, en el juego plástico de la pieza visual. En definitiva se produce su integración en el dibujo como un elemento más a componer. Esta interacción del texto con la imagen supone un avance fundamental, un paso histórico, para cerrar el período de conformación del chiste gráfico.

L'Histoire de la Sainte Russie, Gustave Doré, 1854 (aquí se ofrece la versión alemana editada en la Primera Guerra Mundial). Con veintidós años, Doré publica esta espléndida obra de humor sangriento. Con una dinámica horizontal premonitoria del cómic, los cuidados textos sin embargo no se integraban aún en la imagen.

Si hasta ese momento los textos habían supuesto la base conceptual y codificada del humor mientras la ilustración se ocupaba de la parte estética y «artística», a partir de entonces el dibujo pasó a hacer converger gráficamente palabras e imagen. Perdieron ambos visualmente su autonomía, dejando de ofrecerse paralelamente y estableciendo sorprendentes sinergias.



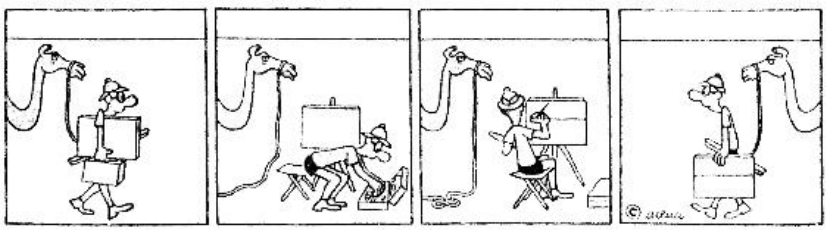
Yellow Kid, de Richard F. Outcault. El llamado «Niño Amarillo» era el personaje principal de la considerada primera comic strip, la Hoganś Alley. Este muchacho, con un amarillo motivado sobre todo por razones de facilidad técnica en aquellos inicios de la prensa en color, «hablaba» un extraño slang mediante textos insertos en su faldón amarillo: la integración del texto en la ilustración se había producido.

La institucionalización de ese juego gráfico entre los dos medios y la aprobación del «lector» de este sistema llevó así a que a principios del siglo XX la literatura ilustrada pasara a ser historieta o «cómic» y el dibujo con un texto se convirtiera en chiste. Quizás alguien se pueda preguntar cómo un detalle aparentemente tan pequeño puede hacer nacer un nuevo medio comunicativo, o se pueda cuestionar por qué no se consideran cómics o chistes gráficos los textos ofrecidos paralelamente a las imágenes y sí cuando ambos se ofrecen fusionados en un viñeta, en un bloque gráfico conjunto.

Gary Larson. De The Far Side Gallery. El chiste gráfico de hoy, como esta divertida obra, tiene una interacción texto- imagen perfectamente fluida. Con el cómic había quedado establecida la relación leer-ver.

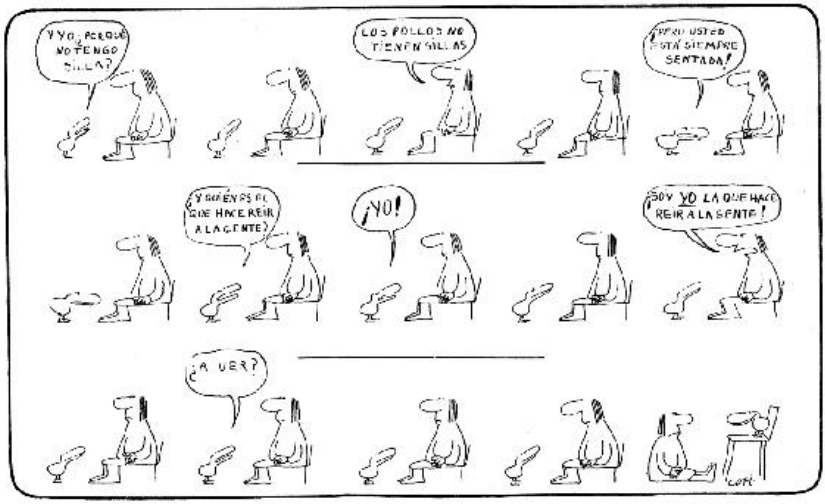
La respuesta estaría en la importancia que tiene perceptivamente para nosotros como lectores el hecho de «ver» el texto como grafismo, ya que provoca en nuestro registro visual una interacción

total. Es decir, el cómic establece para el espectador una secuenciación narrativa proveniente del mecanismo lector (de izquierda a derecha, de arriba hacia abajo) en la imagen, lo que nos hace verla con esa dinámica, viñeta a viñeta, imagen a imagen, texto a texto. Toda la parte visual queda impregnada de estas direcciones y desde entonces todo lo «percibimos» desde la izquierda hacia la derecha y desde arriba hacia abajo.



Mena. La secuencia muda es «leída» automáticamente como un texto, aunque no ofrezca palabra alguna, es decir, desde la izquierda hacia la derecha, debido a nuestra «dinámica lectora».

Esta codificación lectora, este registro visual que realizamos con el cómic, tiene consecuencias interesantes. Una de ellas, de gran importancia y que, para sorpresa de propios y extraños, se produce con gran celeridad en los primeros años del cómic, es que abre la posibilidad de eliminación del texto mismo que le había dado lugar. La imagen se impregna desde entonces de tal manera de la dinámica que le proporciona la lectura que puede fluir de izquierda a derecha, de arriba a abajo, sin perder su capacidad expresiva. No solo en la secuencia de viñetas, en la tira o en la página, sino en la imagen aislada. Esto supone el surgimiento del chiste estrictamente icónico, extrema exhibición de la pura ilustración como tal, como exuberante y poderosa propuesta comunicativa de la comicidad.



Copi. Este dibujante, escritor y dramaturgo argentino (1939-1987), popularizó estas aparentemente sencillas secuencias con una carga de inteligente humor, donde el tempo del texto y el espacio del dibujo están perfectamente combinados. Publicaba habitualmente en Le Nouvel Observateur (Francia) y en Triunfo (España).

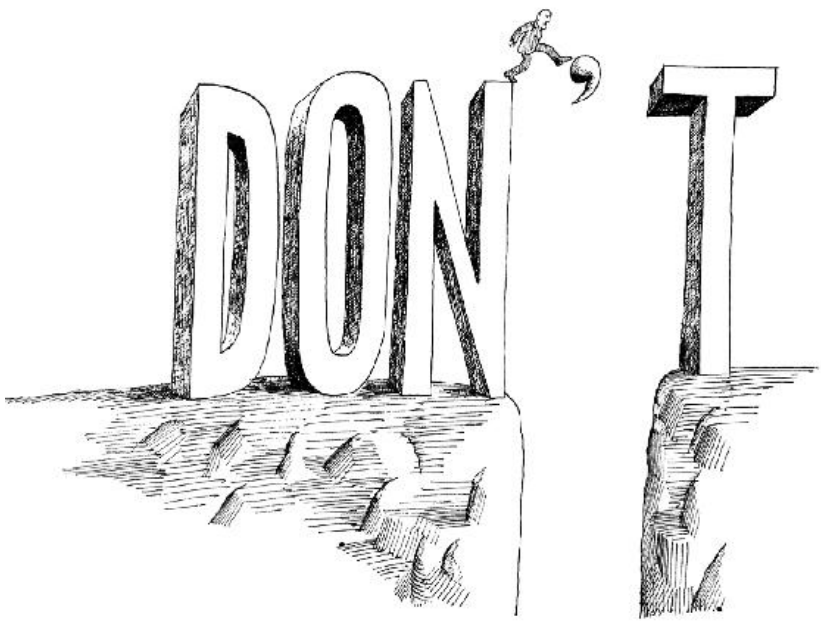
El chiste, como ya podemos llamar a la imagen cómica que se ofrece en solitario, tiene así una nueva capacidad comunicadora. Los beneficios de esta dinámica lectora para lo visual son múltiples:

Si lleva texto, porque este se integra fácilmente y puede establecer juegos como tal imagen en que se ha convertido.

Forges. Obsérvese cómo el texto, en esta pieza del humorista español, no es un mero desencadenante conceptual sino mucho

más. Ocupa unos espacios plásticos significativos en toda la composición que marcan un ritmo visual. Los «bocadillos», de distinta presencia y cuerpo grueso, se suceden y solapan unos a otros en la gráfica, para dejar al final, después de una pausa espacial y temporal, uno suelto, concluyente. Nada tiene que ver con los antiguos chistes esta nueva propuesta «textual».

El texto mismo se puede convertir en imagen, autónomamente, sin problema.



Saul Steinberg. El texto es aquí imagen. Las palabras se han hecho cuerpo, son parte del paisaje y se puede jugar con ellas y la expresión de su volumen. El significado de la palabra se une a la acción representada. Steinberg causa un enorme impacto ante la evidencia del poder evocador del dibujo y nos ofrece el funcionamiento perceptivo de nuestro cerebro.

Si no lleva texto, la imagen en solitario queda impregnada por la dinámica lectora. Los elementos de la izquierda se visualizan antes de los de la derecha y los de arriba antes de los de abajo.

Desde el cómic, es posible la eliminación de las viñetas y el ofrecimiento de la acción interna en una sola imagen. Las nubes establecen unas pautas formales que proponen un origen de la secuencia (la izquierda, arriba) y marcan la dirección del presente (la derecha, abajo). Junco, de «Ni Hablar».

Es decir, el chiste moderno dispone desde entonces de una mayor facilidad comunicadora. Reflexiones divertidas pueden ofrecerse con más posibilidades de juego y surgen nuevas dinámicas donde exhibir fuerza gráfica o habilidad expresiva con o sin la presencia de soportes de texto.

LOS CAMPOS DEL HUMOR GRÁFICO

Dentro del humor gráfico, como hemos visto, aparecen muy diferentes conceptos, técnicas, motivaciones y formatos. Desde hace varios siglos hay juegos visuales con mezclas de formas cuya finalidad es lúdica y son conocidas algunas piezas de Miguel Ángel o de Arcimboldo.

Michelangelo Buonarroti. Dibujo «El tormento de la carne», 1512. Colección Doria-Pamphili, Vaticano. Autorretrato, que el propio Miguel Ángel denomina scherzo (broma), donde realiza un juego gráfico sobre su obsesión por el sexo.

Giuseppe Arcimboldo. Reversible cesto con fruta y retrato de personaje. 1590. Óleo sobre panel. French & Company. NYC.

Sí se puede situar en un lugar central la gráfica relativa a la sátira social, como aquella que proporcionan las estampas de William Hogarth. Hay otros precedentes del grafismo crítico, pero desde el surgimiento de este género, dedicado a la crítica y reflexión irónica sobre su sociedad por medio de sus grabados y pinturas, hasta el humor de hoy han sucedido muchos avatares técnicos, mediáticos, sociales y políticos, que han transformado el panorama mundial de este ámbito. Se podrían realizar variadas clasificaciones sobre los modos y formatos de estos campos, con subdivisiones y apartados múltiples. Sin embargo, existe una línea que los relaciona a todos: la preocupación por hacer reflexionar de modo divertido a la sociedad por medio de grafismos.

No se hace aquí alusión a ese territorio del humorismo gráfico lleno de irrelevantes y acomodaticios funcionarios de lo cómico, ya que esto sucede absolutamente en todos los ámbitos profesionales y no sería de recibo mezclar lo mediocre con lo realmente bueno. La

referencia que todos tenemos en mente es la de ese arte de influencia mediática importante, directamente implicado en la vida social, de especial significación por cuanto plantea un cuestionamiento lúdico de la actualidad o de la cotidianeidad, una aguda y relajante observación sobre lo angustiosamente real e inmediato, una reflexión filosófica o poética sobre lo cercano, y a la que pertenecen esos profesionales a los que podemos considerar activistas de la cultura gráfica.

El humor gráfico es hoy uno de los espacios a incluir en las coordenadas de arte y concepto, de comunicación de ideas, de medios masivos y expresión plástica. Las imágenes cómicas realizan cada día no solo un aporte gráfico, plástico o estético, sino un activo papel social, ya que sus imágenes críticas, de reflexión conceptual, son observadas y disfrutadas por un público necesitado de su propuesta. Y esta no es solo acogida como una ansiada satisfacción sensorial, sino también indiscutiblemente intelectual. El humor gráfico, dirigido a obtener una reacción colectiva de burla ante las excesivas formalizaciones y falsedades que tratan de imponerse, consigue distanciar esa presión y ayudar a las personas a pensar juntos, a reflexionar colectivamente. El entorno gráfico aporta al ciudadano algo fundamental desde el punto de vista espiritual: una lúdica y distanciada reflexión de la realidad.

Notas al pie

[1] Esta dinámica comunicadora tenía sus precedentes en los cantares de ciego (coplas, cantantes-narradores) y en las imágenes de los cartelones y pliegos sueltos con las que acompañaban el texto que recitaban o cantaban. Desde tiempo inmemorial, los artistas han incorporado textos explicativos a algunas de sus obras.

[2] El texto ofrece una lentitud de interpretación debido a su carácter secuencial –letra tras letra–, mientras la imagen es, por el contrario, unitaria e inmediatamente percibida.

[3] Esta compañía de la imagen es habitual desde que surgió la

palabra escrita (literatura) y parece en sus expresiones echar de menos la parte visual (pintura). Se debe recordar que esta «visión» siempre está presente en la percepción de la gráfica. De aquí el origen del diseño gráfico, cuya pretensión es, por decirlo de forma sencilla, observar ambos medios, relacionarlos y armonizarlos.

[4] Desde el punto de vista de este estudio, es importante anotar que el término originario inglés es comic strip, es decir, que lo humorístico no le es en absoluto ajeno.

[5] El Yellow Kid fue publicado en 1895 por Joseph Pulitzer en el New York World y en 1897 por Randolph Hearst en el New York Journal American. El color amarillo era el predominante en este tipo de prensa sensacionalista de enormes tiradas (famoso enfrentamiento entre Pulitzer y Hearst), lo que ha dado lugar a la expresión tan común hoy en día de prensa amarilla (yellow, en inglés, también tiene la acepción de cobarde) para calificar a aquella como poco rigurosa.

Capítulo 7

El pensar y el hacer

«El pájaro no vuela porque tenga alas,

sino que tiene alas porque vuela»

Robert Ardrey

El proceso de realización de diseño gráfico profesional se suele considerar como directamente relacionado con la lógica y la razón, dedicado a una labor de conceptualización y organización del mensaje. Es decir, enmarcado en el ámbito propio del pensar, del intelecto, de las ideas, del sistema conceptual de la persona; en definitiva, dentro de lo que denominamos la abstracción.

Para llevar a cabo seriamente su cometido se supone que debe elaborarse una serie ordenada de presupuestos, premisas y objetivos a cubrir. Han de analizarse los medios y, a partir de ahí, adecuar las posibilidades a los requerimientos establecidos. Con posterioridad se comprobará si los resultados coinciden con las metas previamente marcadas. Esta es, en principio, una metodología extensamente aceptada y basada en lo que suele llamarse sentido común.

Los movimientos llamados Radicales, Posmodernos, De-constructivos, han criticado estos planteamientos abriendo huecos en aquella cámara lógica, tan impecablemente amueblada, donde se buscaba el imperio del orden. Esas diversas corrientes de la segunda parte del siglo XX que menosprecian tanto racionalismo defienden con fuerza la aparición de algo considerado académicamente veleidoso y poco solvente: la intuición. Esta sutil bicha, que parecía mantenerse bajo control de eso que comúnmente se llama orden, aparece descaradamente en los últimos diseños.

Mientras las altas instancias teóricas siguen impermeables a lo que no sea el método argumentado y «correcto», cada vez son más los que ponen en la picota la estrechez racionalista que solo admite lo escrupulosamente abstracto y lógico. En definitiva, los que no se resignan a la observación exclusiva del mundo desde arriba. El maestro Otl Aicher ya apuntaba que un proyecto de diseño se debería aplicar a lo cotidiano no solo un tipo de estética elevada (que él llamaba «artística»), sino otro más íntimo, el juego familiar con las formas que se desarrolla diariamente entre los objetos y las personas. Es decir, reconocía nuestra incapacidad de dar alcance al lenguaje total con los sistemas lógicos, de definir la figura y la auténtica forma de algo a partir exclusivamente del pensamiento abstracto[1].

«¡No pienses, mira!», decía, citando a Wittgenstein, y recordaba su observación de que «ante nosotros, los aspectos más importantes de las cosas se encuentran ocultos tras su simplicidad y cotidianeidad». Sin negar ni obviar lo teórico ni la abstracción, sin embargo, se quejaba de su exceso y denunciaba sus consecuencias. Y señalaba, desde luego, el tremendo error de un pensamiento que menosprecia lo cercano e intuitivo, lo concreto y, en definitiva, la acción[2].

El humor es, precisamente, y es importante destacarlo aquí para su análisis y observación desde una perspectiva diseñadora, un formidable instrumento cotidiano de la acción real, de lo concreto. Entendiendo por lo concreto el mundo tangible, el de la realidad material, el de los objetos y fenómenos finitos, sensorialmente dados, que ocupan un lugar determinado en el espacio y en el tiempo.

El humor es abstracto en cuanto a su origen mental o espiritual, pues surge en el intelecto. Pero es concreto en cuanto sus elementos, su configuración; ofrece una forma finita, absoluta, con un valor propio. Por medio de él realizamos necesariamente una labor teórica, al vernos obligados a recolocar el orden abstracto que hemos cuestionado, a tener que asimilar intelectualmente un fenómeno incongruente con nuestro mundo habitual. Pero esta labor teórica se realiza automáticamente gracias a una acción concreta que relaciona formas como hasta entonces no se había hecho.

El diseño, sin embargo, atiende a lo concreto dentro de lo abstracto. Sitúa el mirar dentro del pensar, la práctica dentro de la teoría y la intuición dentro de la razón; los considera complementarios. El humor, por su parte, pertenece por esencia al mirar y es la concreción, la pura intuición, la práctica, por mucho que venga motivado por razones conceptuales. Su función exclusiva relativiza lo abstracto, lo formal, la «exactitud» mental. Al pertenecer al mundo de lo incorrecto, tiene una utilidad estrictamente sensorial y vital.

Nos enfrentamos, pues, con una aventura algo arriesgada. Dentro de ese hermoso bosque de la creación comunicadora, que decimos dominado por el pensamiento lógico, en estas páginas se pretende observar algo tan opuesto al orden como es la transgresión –en este caso la gráfica–, sus «razones» sensoriales y sus comportamientos intuitivos; en definitiva, aunque sorprenda la paradoja, su propio mecanismo diseñador[3].

PENSAR Y HACER EL HUMOR

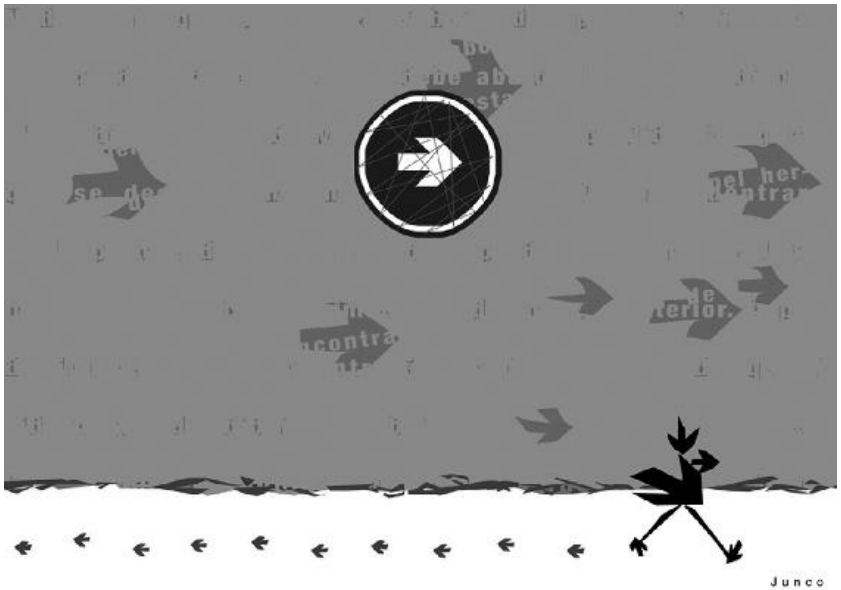
Afirmaba Bergson en «La Risa» que el humor contraponía formas de una manera incongruente del mismo modo que se enfrentan mente y cuerpo o vida y materia. Según él, por medio del humor el cuerpo (la acción) se impone sobre la mente (el pensamiento), la materia sobre la vida, lo concreto sobre lo abstracto, lo físico sobre lo social, Sancho sobre Don Quijote, la realidad sobre la razón[4].

Nuestro sistema abstracto no es, en fin, sino una serie de convencionalismos o lugares comunes, de tópicos, patrones y formalismos que han sido aceptados como reales por nuestro entorno y que hacemos nuestros. Este acuerdo que firmamos interesadamente con nosotros mismos y que nos lleva a incorporar como correcto aquello que ha sido normalizado socialmente es el camino integrador en nuestra colectividad.

Pero ese edificio convencional que hemos construido es precisamente la diana que se marca lo cómico, el terreno en el que

realiza su actividad de demolición. Con frecuencia, lo más cercano y familiar, lo cotidiano, lo aceptado por todos, lo más «sólidamente» establecido, lo considerado «normal», se convierte en su presa favorita. Conviene, sin embargo, advertir cuanto antes al lector de que la meta final del humor no es la destrucción, la subversión, la desestructuración de nuestro entramado abstracto y lógico. La transgresión no lleva, ni mucho menos, al caos. Nada más alejado de la intención de la comicidad que conducir a la locura o pretender establecer un nuevo orden de justicia. No tiene, desde luego, suficiente poder para ello, pero es que tampoco es su pretensión ni su deseo oculto. Si se atreve a enfrentarse con las abstracciones por medio de lo concreto, con la razón mediante la intuición, con el saber mediante el hacer, es con la exclusiva finalidad de cuestionar, pero no de romper ni de sustituir, el sistema de pensamiento. Lo perseguido por lo cómico es relativizar, algo para lo que posee sobrada capacidad.

Podríamos incluso aceptar que el humor, al cuestionar o invalidar el pensamiento anterior, propone una nueva ubicación del mismo. Es en el fondo una acción inteligente y abstracta, al ofrecer a nuestra mente otra manera de entender el mundo. Realiza una operación similar a la de una teoría ya conocida y aceptada por nosotros que es utilizada para interpretar otro territorio con el que no se había relacionado hasta entonces. De ahí que los modelos y las metáforas, guías habituales para poder comprender mejor cualquier tema, sean recursos humorísticos habituales[5].



La finalidad positiva de lo humorístico

Tres líneas que convergen componen una flecha pero también una huella. Dependerá de su entorno y ubicación. Lo primero será una señal imperativa si está dentro de un círculo en una pared, y lo segundo, si son varias en el suelo que se suponen provocadas por los pasos de algún ave. Cuando ambas coinciden en una misma imagen estaremos ante una «bisituación». Sin embargo, un signo formalmente ubicado representa simbólicamente la autoridad mientras las huellas se relacionan con algo espontáneo e inmotivado. Cuando las huellas indiquen una dirección opuesta a la orden habrá un significado añadido, y el resultado no será absurdo sino crítico y obligará a reflexionar. Conclusión: lo incorrecto no es en absoluto destructor, sino por el contrario una nueva propuesta positiva. Junco, de «Ni Hablar».

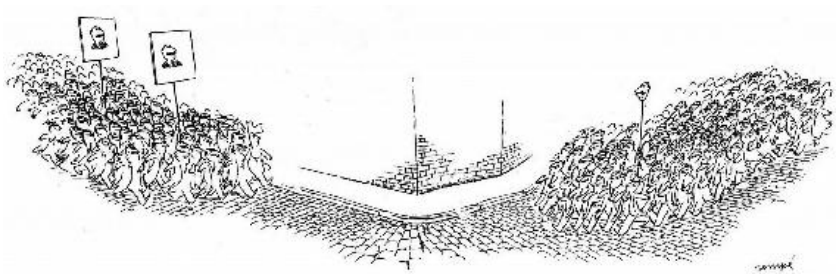
El descontrol y aparente desorden que causan las incorrecciones cómicas siempre es momentáneo. La desubicación que realizan es medida, matizada y puntual. La voladura de la estructura propuesta se hace, en realidad, de forma exquisitamente moderada y

contenida. El humor siempre atacará a lo razonable, a nuestro modo habitual de pensar, con unas maneras cuidadosamente calculadas.

Sorprende en este delicado mecanismo que el humor se valga de la fuerza de la lógica para mostrar las propias debilidades del intelecto. El humor es un sistema antisistema, una especie de «antídoto espiritual» que hace triunfar lo inconveniente por medio de elementos correctos, aunque pertenecientes a dos campos diferentes, estableciendo un sorprendente enlace formal que deshace su disposición anterior. Los patrones o «saberes» anteriormente adquiridos quedan en evidencia como inútiles para resolver los proyectos a abordar. El humor anima siempre a la valoración de los «haceres».

En resumen, la demolición realizada por lo humorístico asienta el predominio de la «estética del uso» del diseño; destaca la importancia de la praxis, de las formas vitales.

La fuerza con que el humor lleva a cabo estas misiones hace de él un instrumento fundamental para la independencia del individuo al dotarle de un punto de vista diferente de la realidad, al regalarle un elemento de juicio perceptivo crítico[6]. El humor aporta una vertiente cognoscitiva al revelarnos la falsedad de nuestro sistema de pensamiento, realizando una llamada en favor de lo real, señalándonos con el dedo como presos de una colección de tópicos y esquemas preestablecidos que hemos aceptado pero con los que ni nos identificamos ni comprendemos. Nos lleva, por tanto, a lo rasante; nos hace tocar el suelo. Realiza, sin complejos, una labor de desenmascaramiento de lo que se nos ofrecía como realidad[7].



La distancia y la catarsis del humor

El extraordinario dibujante francés Sempé plantea con frecuencia escenas de personas y grupos desde perspectivas alejadas, observando divertidamente sus acciones.

Este tipo de vulneración formal que realiza el humor sitúa al espectador de manera ineludible ante su propia realidad. Tiene una función catárquica, que lleva a la risa (expresión de satisfacción, más o menos exteriorizada o física, con la que reaccionamos ante el reconocimiento del éxito de la propuesta) como verificación de lo absurdo, como reacción fisiológica ante el descubrimiento de un hueco en el razonamiento abstracto.

El humor necesita, en resumen, una gran concreción. Su realización final conduce a una propuesta que debe, necesariamente, ser aceptada por el usuario. Si no logra una aprobación, una respuesta positiva del espectador, el humor no existe, ha fracasado. De aquí la tremenda eficacia que se le reclama, la exigencia de un diseño perfecto, algo que en el mundo del proyecto puede a veces esbozarse con cierta indeterminación pero que en el del humor gráfico, sobre el que versan estas páginas, es pura y simplemente imprescindible.

Notas al pie

[1] Aicher, O., 2001, Analógico y digital. Barcelona: Gustavo Gili, p. 156.

[2] «Para Kant el conocimiento emana de los objetos, pero no de sí mismos sino de la intuición, de las imágenes que nos hacemos de ellos» (Aicher, 2001, p. 138).

[3] Uno de los problemas de la didáctica del diseño es la tendencia de determinadas escuelas a una metodología excesivamente teórica. Quizá por economía; quizá por mal entendidos complejos de que el

diseño es una disciplina tan enormemente seria que no debe bajar a la arena de la práctica; quizá por la sobreactuación del impulso analizador semiótico, etc. El caso es que, sobre todo en sistemas educativos poco desarrollados, el diseño se convierte exclusivamente en una materia abstracta o aislado discurso verbal.

[4] Bergson, H., 1979, La risa. Ensayo sobre el significado de lo cómico. Madrid: Austral. La primera edición de Le rire fue en 1899 en París.

[5] Cristina Peñamarín habla de la «metáfora sostenida y sistemática» que Black propone. Ver Peñamarín, 1996, p. 121.

[6] A través de su personaje Guillermo de Baskerville, en El nombre de la Rosa, Umberto Eco dice: «… Aristóteles ve la disposición a la risa como una fuerza buena, que puede tener incluso un valor cognoscitivo, cuando, a través de enigmas ingeniosos y metáforas sorprendentes, y aunque nos muestre las cosas distintas de lo que son, como si mintiese, de hecho nos obliga a mirarlas mejor y nos hace decir: Pues mira, las cosas eran así y yo no me había dado cuenta» (Eco, 1983, p. 571).

[7] Molière, en su defensa ante las feroces críticas que desató su Tartufo, respondió que «la utilidad de la comedia es la corrección de los vicios de los hombres».

Capítulo 8

Creación y diseño

«El arte, como analogía de la creación, es un símbolo

tanto como el mundo terrestre es un símbolo del cosmos»

Paul Klee

Tanto en arte como en diseño, la obra siempre está determinada por el entorno y por una serie de elementos previos. Todos estos, más o menos conocidos, sean conceptuales o materiales, desempeñan su papel dentro de la unidad futura, de esa nueva combinación que, una vez terminada, se denominará creación. El encuentro exitoso de esa forma final supone algo nuevo que ahora tiene poco que ver con los componentes individuales que la conforman[1].

El diseño y el humor son materias que poseen el carácter inequívoco de todo proceso mental, por cuanto que suponen ordenar los medios en función de los fines. Tienen un propósito y establecen un control. La inteligencia es siempre una cuestión de experiencia: es un proceso dinámico que surge a partir de la experiencia pasada, que actúa significativamente para modificar el contexto de las experiencias presentes, y que será finalmente valorada en función de las experiencias futuras. Es, por tanto, una actividad creadora, ya que los materiales actuales son seleccionados o rechazados de acuerdo con su capacidad de alcanzar o no la solución buscada.

El mundo del diseño es un mundo de creación, ya que está dirigido a obtener algo que no existe previamente, a configurar lo imaginado, a hacer surgir algo sin presencia anterior. Se podría definir como la materialización de determinadas ilusiones. El dibujo, plan o esquema de lo deseable, y hasta entonces sin

existencia formal adecuada, es precisamente algo consustancial con él.

El humor, por su parte, pretende ofrecer una fantasía para ser compartida con los demás. Hemos visto que el mundo de lo cómico es, partiendo de la abstracción mental, el de la concreción y definición. Es decir, que tiene igualmente la necesidad de un hallazgo preciso y nuevo, que llamamos creación[2].

En diseño, lo que pone en marcha todo el proceso es la presión externa que supone el encargo, algo que seguirá dirigiéndolo hasta el deseado final. Muchos piensan que, dado que este es el comienzo, será obligada una complicada y racional metodología, un cálculo de las etapas de un viaje controlado por el diseñador, Deus ex machina encargado de que «todo funcione como debe funcionar»; en otras palabras, una especie de «alto funcionario» del proyecto.

Sin embargo, a poco que se piense, un buen diseñador no debe tener nada de esa figura funcionarial y mucho de aquella que interioriza el problema planteado, que lo convierte en suyo. Lo cual significa que el desafío personal va a ser el que le dote de energía conductora para una solución del proyecto que satisfaga esas exigencias propias[3]. Si consideramos la creación en términos generales un juego, observaremos que el resultado tangible de todo juego incluye habitualmente objetivos previos externos, pero que la motivación mientras se desarrolla el proceso es interna[4]. Esto explicaría la capacidad del diseñador –el artista– de hacer suyo un encargo ajeno y alcanzar, a partir de ahí, soluciones, en ocasiones personales, creativas y brillantes.

En el campo del humor visual, el artista está aún más claramente marcado por el carácter de la creación intrínseca, ya que el humorista persigue única y exclusivamente una satisfacción por la comprobación de que el resultado perseguido –sea comicidad, diversión, inteligencia, reflexión, etc.– se ha logrado. Este ámbito está dedicado a plantear problemas o interrogantes que conducen a un resultado transgresor absolutamente explícito.

El arte realiza también una comunicación, como el diseño, pero la gran diferencia es que este tiene de partida una expresa voluntad de comunicar. En el chiste, como en cualquier diseño, su significado ha

sido premeditadamente ideado, inducido y debidamente transmitido.

El humor necesita una planificación concreta puesto que se dirige a un público general y requiere una comprensibilidad existencial, incondicional, que lo haga asequible, si no a todos, al menos a muchos[5]. Por medio de ese diseño, una reflexión intelectual, interna, filosófica, se exterioriza y objetiva. Si el grupo Pentagram considera al diseño como perteneciente al mundo de la concreción, al verse obligado a dar «una necesaria respuesta a un problema abstracto», en el mundo del humor esto es no menos evidente, ya que lo cómico necesita siempre una eficacia conceptual, que es la que le da carta de naturaleza[6].

El creador, llámese artista, diseñador o humorista, sufre en su trabajo una carga de ansiedad que solo será compensada por la satisfacción del éxito. La creación se alcanza con el logro de la expresión, con la presencia de la obra acabada.

CREACIÓN Y ACTUACIÓN

Concepto e intuición se hallan en situación de interdependencia. Esta afirmación puede ser aplicable a cualquier ámbito, pues para avanzar en lo significativo es fundamental el impulso sentimental, la motivación, la participación sensorial, el mundo de lo concreto, la acción[7]. Por medio de la intuición el concepto se hace realidad observable, lo abstracto se acerca a lo sensible y se aprecia directamente la presencia del objeto. Se podría decir que la intuición proporciona la certeza inmediata y completa de algo –sea idea, relación o valor–. Nos confirma que algo funciona, que actúa, que es.

Siendo consciente de que abordo temas que no pertenecen a mi especialidad, pero que considero necesarios para este análisis, me atrevo a recordar que, si hablamos del proceso diseñador en general, se comienza jugando y se acaba creando. Es una opinión generalizada que el origen de estos procesos de concreciones de

ideas está en los juegos. Esta lúdica es fundamental para la adquisición de habilidades de comunicación e interacción social durante la infancia. El juego se considera que está en los orígenes del pensamiento abstracto, de la formalización individual, de la integración social. Al jugar, nos valemos de analogías para establecer esquemas, pautas, sistemas a seguir, soluciones a problemas. Los juegos nos dan gran libertad para relacionar o asociar objetos, acciones o cosas, ya que, como observa el psicólogo Bruner, al estar libres de presiones sociales no están limitados por la estricta realidad[8].

La capacidad de configurar se adquiere, sin embargo, con la acción. Las planificaciones abstractas de un proyecto deben ser sustituidas por un desarrollo concreto del mismo. El diseño y el humor tienen como meta el vínculo del pensamiento con la acción.

La creación se suele relacionar con la capacidad de hallar asociaciones remotas, de pensar analógicamente. Arthur Koestler decía que la creación en el mundo de la ciencia es producto del hallazgo de una serie de coincidencias entre sistemas de cuyas experiencias se deriva una conexión[9]. Para Manuela Romo, «la analogía es la dimensión más genuina del pensamiento creador». Y John Locke opinaba, hace ya más de tres siglos, que las ideas complejas, ante las cuales el entendimiento se hace activo, provienen de la combinación, relación o yuxtaposición de las ideas simples.

Podría entenderse entonces que el procedimiento a seguir para la creación de algo debe consistir en una indagación de elementos formales que vinculen mundos desconectados hasta el momento. Incluso se podría deducir de este hecho la posible búsqueda de un método mecánico rastreador de enlaces o nexos entre formas para obtener el hallazgo creador. Sin embargo, el simple registro de coincidencias formales entre conceptos nos da un catálogo falto de interés, porque carece de sentido inteligente y olvida que la creación no es sino el hallazgo de lo significativo. Una labor configuradora no puede estar guiada por un manual de recetas y patrones.

«Cadáver exquisito», por Man Ray, Ives Tanguy, Joan Miró y Max

Morise. Este es un típico juego experimental del mundo surrealista de los años 1930. Los «cadáveres exquisitos» eran piezas realizadas a varias manos, donde cada artista aportaba su parte continuando la comenzada por el anterior, de la que solo veía el final. Se buscaba la «creación» partiendo de lo aleatorio de las formas subjetivas sin apenas relación previa. Su nombre provenía de una feliz combinación hallada en el juego equivalente verbal llamado «Consecuencias»: «Le cadavre exquis boira du nouveau vin.» Estas anécdotas históricas, al margen de la diversión que pudieran aportar a los jugadores en su momento, obtuvieron resultados muy cuestionables y las sugerencias que lograron transmitir fueron mínimas.

No podemos juzgar aquí, desde nuestra perspectiva, si en el mundo científico un sistema estricto de modelos y planificaciones consigue dar algunos frutos; pero en el artístico o en el humorístico no parece eficaz, o al menos no lo es exclusivamente. Las experiencias de creadores, sean diseñadores, humoristas o artistas en general, llevan a la conclusión de que la concreción del hallazgo precisa en algún momento de una percepción sensorial claramente ajena a cualquier proceso racional, que revele y convenza de facto de la corrección y el significado del hallazgo[10].

Joan Brossa (1919-1998), poeta visual, artista conceptual muy influyente en el mundo diseñador catalán, desarrolla piezas en que dos conceptos se relacionan de una nueva y significativa

manera. Imágenes: «Poema nupcial» y «El empleado».

LA INTUICIÓN NECESARIA

Siempre es importante que un sistema previo dirija cada observación y actuación, como recomendaba Albert Einstein. Sin embargo, el maestro Paul Klee apostilla: «constructivo no equivale a total. Por el culto de lo exacto, nuestro mérito radica simplemente en definir las bases de una ciencia específica del arte, incluyendo la incógnita x. De tripas, corazón». Y sigue la cita: «difícilmente lo inesperado entra en los cálculos. Pero eso no impide que el genio sea el cabecilla en persona y esté el primero delante»[11]. Es decir, que para Klee lo sensorial es determinante en la creación.

Paul Valéry definía el proceso creador en términos semejantes al describirlo como «el desarrollo natural de una flor artificial»[12]. Benedetto Croce, clásico teórico de la intuición-expresión, opinaba que la forma se va lentamente clarificando de modo que se intuye y se plasma conjuntamente, persiguiendo ese objetivo al que se ha apuntado en principio, y concluye sin rodeos que «lo que da coherencia a los sentimientos es la intuición». Para Kant, el conocimiento emana de los objetos, pero no de sí mismos, sino de nuestra intuición, de las imágenes que nos hacemos de ellos. Ese saber que recibimos a través de los sentidos, del que nutrimos nuestra mente, esas imágenes suministradas por el mundo y que procesamos inteligentemente, es también la base para avanzar en nuevas aportaciones que enriquezcan nuestros saberes.

Isidro Ferrer. Imagen de portada para la revista La ilustración, Barcelona, 1998. Este diseñador crea interviniendo un objeto cotidiano de modo que le confiere una nueva significación.

Dentro de un proceso de diseño, la intuición tiene la misión de comprobar la concreción y realidad de sus resultados. Al final del proceso, obtenida la solución, es cuando vemos que de las muchas posibilidades de desarrollo que se nos ofrecían solo una era la correcta, la «natural», la única. Ese encuentro con la respuesta a la cuestión planteada es un momento de iluminación, de liberación de

la ansiedad, de revelación, de hallazgo de lo funcionalmente adecuado. La intuición es el momento del reconocimiento del éxito (la salida, en griego), la creación entendida como el punto en que al encuentro sigue la verificación de la concreción de la idea. Nada tiene que ver con una «llamada de las musas» ni con «una circunstancia pequeña accidental y externa como ocasión de creación», que diría Kierkegard, sino con la necesidad y sus leyes[13]. Estas reglas no son patrones sino maneras de hacer, posibilidades en la búsqueda de lo concreto, de lo irrepetible. La creación no está basada en la arbitrariedad ni en el capricho o el azar, sino en la coherencia y la adecuación a la función.

Los mundos del humor y del arte se reconocen nutridos y dirigidos por los sentidos, que les proporcionan una serie de acciones, de concreciones. El mundo del diseño, sin embargo, ha evitado durante muchos años, de forma muy criticable, reconocer que la intuición no solo está plena y constantemente presente en el proceso creador, sino que es imprescindible para el mismo. Las razones, posiblemente, han sido el «cientifismo», la «lógica», la búsqueda de una «fría metodología», el intento de mantener un catálogo teórico. Pero lo cierto es que con las meras recetas ni se obtiene la nueva pieza ni se ha obtenido nunca.

En el mundo creador, en definitiva, son necesarios tanto el «distanciamiento» como la «pasión», el equilibrio entre el intelecto y la intuición, lo subjetivo y lo objetivo, lo interno y lo externo; en fin, aquello que resume de nuevo Paul Klee cuando dice «un ojo ve, el otro siente» o «construimos y construimos sin cesar, pero la intuición continúa siendo algo bueno. Mucho se puede sin ella, pero no todo»[14].

Arnheim definía muy bien la creación en general como esa «afirmación vital, al ser una metáfora de la solución a un problema humano básico como es el de la interacción adecuada entre fuerzas céntricas y excéntricas»[15].

LA CREACIÓN Y EL DISCURSO DEL ARTE

Desde Duchamp el mundo del arte concluyó que las formas no son en absoluto la «hechura exterior de una cosa», sino aquello estructurado por el pensamiento, que constituye algo en su esencia. Es decir, que la Forma incluye no solo lo percibido por los sentidos, sino el concreto modo de la propia realización[16].

El arte es un lenguaje abstracto, aunque un tanto particular porque estando la mayoría de los lenguajes compuestos de signos organizados en una estructura que les ofrece un determinado juego combinatorio, el artístico, siéndolo también, en absoluto pertenece a los sistemas de comunicación convencionales.

El del arte no es en principio un lenguaje natural, es decir, no ofrece en absoluto un idioma o un sistema de comunicación más o menos espontáneo o inconsciente, como podría ser una lengua étnica, aunque estas estén compuestas por convenciones o acuerdos de grupo que evidentemente responden a un determinado código. Mucho menos es el arte un lenguaje artificial, elaborado para resolver una necesidad, como la señalética o los códigos científicos.

El arte es en realidad una estructura expresiva que está por encima de esos niveles lingüísticos, de los cuales se vale como material para sus construcciones. En las obras de pintura o de música, aunque se utilicen convenciones (símbolos o temas) para su finalidad, su uso nada tiene de habitual. La poesía y otras artes como la novela, el teatro o el cine se sirven de un idioma convencional para una creación absolutamente fuera de la convención. El lenguaje artístico posee una complejidad en su forma que le permite transmitir un volumen de información superior que el del lenguaje natural y además con mayor simplicidad. El arte, por tanto, no es en absoluto un sistema lingüístico normal, porque, utilizando un lenguaje conocido, cada una de sus creaciones ofrecen un discurso concreto e irrepetible, el descubrimiento de una novedosa forma realizada con otras ya conocidas, donde ha encontrado un sorprendente y rico atajo mental.

La forma artística encontrada se convierte en algo tan fundamental que el contenido abstracto desaparece sin ella. La disposición del lenguaje que ofrece es precisamente lo que le hace existir; la manera que adopta, aquella con la que se muestra, es la que le hace ser. La conclusión obvia es que una idea no es tal hasta que

encuentra su forma y, por tanto, contenido y configuración en arte se han vuelto indivisibles. El significado final será, pues, inseparable de sus elementos.

La esencia del arte es la emoción y no solamente la idea o el tema que transporta. Es decir, la forma no es un mero vehículo transmisor, sino el propio objeto de la emoción. El discurso es su propio mensaje: solo en la forma existe el contenido. Para Luis Borobio el significado de cada pieza artística es exactamente aquello concreto que dice, sin más[17]. Considérese la enorme falta de interés que supone estudiar el tema o el contenido de una obra de arte, mientras estudiar su discurso es muy provechoso. El arte, en fin, exhibe aquello donde el creador ha conseguido resolver la complejidad formal inmersa en la complejidad del concepto. La manera en que se utiliza el lenguaje en esa forma única es lo que le hace existir; la disposición de sus elementos, la que le hace ser. Tolstoi señala «lo absurdo que es buscar ideas aisladas en una obra de arte» y no percatarse de «el infinito laberinto de concatenaciones que constituyen la esencia del arte y las leyes que forman la base de esas concatenaciones»[18]. Ninguna idea artística puede ser tal hasta que no encuentre cómo ser expresada.

El discurso se vuelve, pues, el centro del arte, al ser donde estructura y contenido obtienen su comunión, donde la idea es impensable sin su forma, donde se establece el pensamiento, donde la pieza ha encontrado el significado.

Por tanto, esa afirmación de que «todo está hecho, todo se ha dicho, todo está inventado» se muestra falsa porque todo está por decir y por hacer, desde el momento en que una nueva forma ofrece siempre algo distinto.

La forma que desarrolla el discurso de cada obra es para el arte algo tan crucial, que sin duda se puede afirmar que el resto pierde importancia. Forma y contenido son inseparables, ya que la información proporcionada por una obra artística ha arribado a un punto de transmisión único e inaccesible de otra manera; nada resulta casual allí donde, como en un organismo vivo, la vida resulta inseparable de su cuerpo físico.

El juego concreto establecido con el lenguaje en sí es lo que confiere

la categoría de arte a una idea. Su discurso es su mensaje. El tema, el contenido, la idea, ya no tendrá importancia sino por lo sorprendente de su significativa configuración. Aquello que nos lleva a esa forma concreta antes nunca vista es, en definitiva, lo que llamamos arte.

Notas al pie

[1] Paul Klee entenderá esa forma final obtenida, la Gestalt, como la función de funciones.

[2] Gombrich desarrolla la aportación de Freud, en la que se considera que el chiste puede servir como paradigma del arte ya que enseña que no se puede separar forma y contenido. Véase «El chiste como paradigma», en Gombrich esencial: textos escogidos, 2004, Barcelona: Debate.

[3] «Escribo por puro placer, es demasiado trabajo como para hacerlo por obligación», frase del escritor Arturo Pérez Reverte, con la que sin duda se sentirán identificados muchos creadores.

[4] Manuela Romo, 2007, p. 22.

[5] Sutil aclaración de Otl Aicher cuando dice: «¿Qué es comunicación? Aquello que se entiende. ¿Qué es espíritu? Aquello que se comprende.» Aicher, 2001, p. 99.

[6] Umberto Eco habla extensamente de este tema en El nombre de la rosa. En la página 251 pone en boca de Guillermo de Baskerville: «La intuición de lo individual es la única buena.» En la página 252, en boca de Adso, que intenta comprender sus argumentos a favor de dicha intuición: «si no entiendo mal, hacéis, y sabéis por qué lo hacéis, pero no sabéis por qué sabéis lo que hacéis».

[7] Joan Costa, desde el mundo diseñador, normalmente tan reacio a lo espiritual, sorprende con esta afirmación: «El convencimiento racional por sí mismo no genera acción en el ser humano. Se necesita el impulso de las emociones para decidirnos a dar el paso»

(Costa, J., 2004, La imagen de marca. Un fenómeno social, Barcelona: Paidós Diseño, p. 13).

[8] Piaget ve en el juego simbólico el principio de la imaginación final creadora cuando tome compacidad en el pensamiento abstracto. Vygotsky opina que el niño aprende a crear, manipular y da significado a los símbolos y signos a través del juego (L. Vygotsky, en M. Cole et al., eds., 1978, Mind in society: development of higher psychological processess, Cambridge: Harvard University Press, p. 98). Winnicot, desde el psicoanálisis ve el juego como el primer medio de creación del niño («Se empieza jugando con las palabras y se termina haciendo poesía», decía Chateau). En general las teorías de Piaget y Vygotsky vinculan juego, creación y desarrollo cognitivo.

[9] Crear «consiste en provocar que situaciones o ideas, que normalmente se ven en dos marcos de distintas referencias, sean vistos en un solo marco de referencia. Así la creación visual fuerza al intérprete a que establezca conexiones entre universos normalmente desconectados y, consecuentemente, acepte novedades insospechadas» (Koestler, A., 1965, El acto de la creación, Buenos Aires: Losada, p. 35).

[10] Black señala su «convicción de que los aspectos imaginativos del pensamiento científico se han venido desdeñando demasiado: pues la ciencia, como las humanidades o la literatura, es un asunto de imaginación» (citado por Cristina Peñamarín, 1996, p. 120).

[11] Klee (1971), pp. 70 y 69.

[12] El maestro Otl Aicher decía que el diseñador debía ser como el buen cocinero que sabe que no necesita recetas, que todo consiste en obtener un buen material en el mercado y, por encima de todo, respetar su sabor, hacer aflorar su esencia.

[13] «La actividad artística es a la vez libertad y necesidad, trabajo del artista y voluntad de la obra, aventura y determinación: en una palabra, tanteo y realización ordenada.» Pareyson, L., 1988, Conversaciones de estética. Madrid: A. Machado, p. 31.

[14] P. Klee, 1971, Teoría del arte moderno, Buenos Aires: Caldén ed.,

p. 67. Más adelante añade: «Todo está muy bien y sin embargo falta algo: pese a todo, no podríamos reemplazar por completo la intuición. Argumentamos, demostramos, apuntamos; construimos y organizamos; todas cosas excelentes, pero que no bastan para una totalización» (p. 69).

[15] Sobre este tema véase Arnheim, R., 1979, Arte y percepción visual. Madrid: Alianza.

[16] Ver Álvarez-Junco, M., 2015, «Forma y transgresión, el discurso del arte», en revista Arte, Individuo y Sociedad. Madrid: Universidad Complutense.

[17] Borobio, L., 2008, Forma y contenido del arte. Pamplona: Universidad de Navarra.

[18] Tolstoi, L., 2007, ¿Qué es el arte? EUNSA, Pamplona: Ed. Univ. de Navarra, p. 38.

Capítulo 9

La configuración del humor gráfico

«Si la razón hace al hombre, el sentimiento lo conduce.»

Jean Jacques Rousseau

Como en tantos otros campos creativos, en el humor gráfico forma y contenido están tan íntimamente relacionados que es imposible realizar una disección en sus obras que distinga nítidamente qué pertenece a una y qué al otro. Intentando una diferenciación nuclear, se podría decir que el contenido se refiere a aquellos conceptos que realizan el juego significativo del humor mientras la forma es la estructura elemental que sustenta a tales conceptos para visualizarlos y exponerlos adecuadamente.

Al abordar un análisis de este tipo es necesario tener muy presente que una pieza humorística visual, como si de un organismo con vida se tratara[1], supone siempre la percepción de una acción concreta, y no de sus elementos, por lo que sus componentes habrán de ser observados teniendo en cuenta que su vida dimana de las fuerzas perceptuales que los guían[2].

El artista Ben Shann definía el término configuración como la forma visible del contenido («Form is the visible shape of content»)[3]. Conectaba así estos aspectos, relativos al pensamiento y a la acción, en un término que sintetizaba esa forma que es a la vez representación, que tiene significado, que convierte en identificable a una imagen.

Si la mera forma (shape) tan solo es apariencia, la configuración (form) es lo que toma cuerpo, lo que se convierte en realidad, lo vivo, lo que funciona, lo reconocible, lo que «hace», «lo que actúa»[4]. Contenido (content) y forma exterior están, en cualquier caso,

absolutamente incardinados[5], como ya se ha explicado en el capítulo anterior, siendo su separación simplemente una operación instrumental para facilitar su análisis.

Desde el ámbito de la comunicación diferenciamos el juego conceptual del interior del juego gráfico exterior[6]. La construcción elemental se puede estudiar desde el punto de vista del lenguaje visual a utilizar, con la única salvedad de que cuando se utiliza el término «lenguaje» hay una alusión a algo verbal aunque el análisis que se vaya a realizar sea icónico en el caso del humor gráfico. Dicha palabra proporciona, aun así, una comprensible referencia para poder abordar sus componentes o, ya dentro de la terminología habitual en la gramática, la morfología y su disposición compositiva o sintaxis. En otras palabras, configuración como disposición elemental para desarrollar un mensaje visual[7].

EL CONTENIDO DEL HUMOR

El chiste consiste en compartir una vulneración clamorosa de nuestro sistema de pensamiento abstracto. Esto exige aunar un contenido interno transgresor y un mecanismo capaz de abrir la intimidad del espectador y convertirle en cómplice.

El primer paso de la incorrección debe ser el establecimiento de una relación entre conceptos o ideas distinta a la que la que habitualmente tienen. Esto es evidente ya que ofrecer algo ya sabido, conocido, «normal», no ofrece interés alguno desde el punto de vista humorístico. Hay que sentar, pues, una clara diferencia con lo ya establecido a fin de que se pueda plantear una ruptura con un pensamiento que se considera lógico, coherente y cerrado. La novedad de la situación obliga a buscar una salida, que puede ser: o bien que lo hasta entonces desconocido se acepte, lo que provocaría una automática revisión de nuestro pensamiento, una recolocación y un perfeccionamiento de lo establecido, una integración; o bien que se considere inaceptable, incompatible con lo anterior. En este último caso se produce la transgresión.

La materia prima del humor son estos hallazgos que, mediante un enlace de apariencia formal correcta, conectan ámbitos incorrectamente. Al observar uno a través del otro, la reflexión que poseíamos sobre el primero se trasladará al segundo. Otro elemento clave para que las formas transgresoras puedan ser compartidas entre creador y espectador es una especial complicidad entre ellos, base indispensable para esa comunión intelectual. Este tipo de conexiones formales pueden ser consideradas curiosas, paradójicas o imposibles pero, sin la eficacia comunicadora de la adecuada complicidad, no serían válidas para su acción inteligente.

La complicidad se erigirá, por tanto, en pieza fundamental para que la transgresión cómica se complete. No será así una profanación cualesquiera ni planteará una simple negación de lo previamente establecido, sino que, por medio del señalamiento de ausencias flagrantes o de presencias simultáneas, el mundo del humor ofrecerá un desmontaje, una distanciación y una reflexión sobre la imperfección de la anterior construcción mental.

Los solemnes y formales personajes que charlan tranquilamente pertenecen a una escena claramente diferente de la «incorporada» al fondo por el artista, donde todo se derrumba. El «contexto-charla» y el «contexto-destrucción» confluyen en la columna, pieza clave que realiza el juego transgresor al relacionar ambos. John Heartfield utiliza la técnica del collage poniendo en evidencia que sus

elementos formales provienen de imágenes no relacionadas antes, con lo que esa clara irrealidad hace cómplice al espectador de su propuesta.

TEORÍAS SOBRE EL CONTENIDO DEL HUMOR

Las teorías de la superioridad consideran en general a lo cómico como surgido como consecuencia de la desgracia de los demás. Platón, en sus Diálogos[8], inició esa teoría según la cual la comicidad es efecto de la malicia o la envidia, producida por la alegría provocada por la desgracia de otro. Incluso la risa se considera peligrosa al producir una descarga emocional y, con ella, una pérdida de control. Aristóteles, considerando siempre la risa como algo positivo, cuestiona sin embargo lo que la produce, la vulgaridad de aquello que la provoca[9]. En general, toda la antigüedad clásica[10] y el cristianismo mantuvieron esa visión crítica con el humor. En las épocas patrística y medieval se consideraba la risa como expresión de la despreocupación mundanal, propia del pecado, mientras la virtud estaría en el llanto o el lamento por las penalidades del mundo.

Durante los siglos XVI y XVII, época en las que se relacionaba el «carácter» de las personas con los «humores», lo cómico siguió siendo algo mal visto, como cruel, perverso o frívolo, e incluso sufrió ocasionales persecuciones.

Se debe tener en cuenta que el propio vocablo «humor» se refería en principio a algo muy distinto a lo que hoy entendemos. Originariamente «humor» se relacionaba con humedad y aludía a las cuatro sustancias líquidas o humores que los griegos consideraban que regulaban los equilibrios del cuerpo. Estas eran la sangre, la pituita o flema, la bilis amarilla (cólera) y la bilis negra (melancolía). Se suponían relacionadas con los cuatro elementos fundamentales del universo: tierra, agua, aire y fuego.

Hipócrates o Galeno, entre otros, dieron distintas explicaciones doctrinales en las que el equilibrio humoral era lo que determinaba

la salud o la enfermedad. Por ejemplo, la mezcla alterada de los humores daba lugar a los distintos tipos de enfermos (melancólicos, flemáticos, sanguíneos y coléricos o enfermos de humor).

La filosofía griega relacionaba el humor con el equilibrio vital de las personas. Tanto la comedia como la tragedia se suponían situaciones donde el hombre no reacciona con el sentido habitual. Se decía que lo trágico es la contradicción que duele mientras lo cómico es lo indoloro. En lo trágico la situación es inabordable y en lo cómico se encuentra el sentido en lo que parecía no tener una respuesta adecuada y consigue ayudar a resolver la situación. (Sócrates acepta con humor su injusta condena a muerte y muestra así su humildad: «solo sé que no sé nada, o parezco un poco más sabio que los demás porque lo que no sé, creo también no saberlo».)

Lo cómico, en Grecia, proviene de lo que se consideraba «éxtasis» (estar fuera) o apartado de lo habitual, de lo normal, de lo cotidiano. La experiencia cómica era algo «orgiástico», entendido esto no como promiscuidad sexual sino como promiscuidad moral al unir aquello que debía permanecer separado. Era pues peligroso al romper el orden establecido y relacionar lo incorrecto.

Thomas Hobbes, a mediados del XVII, definió la risa como la autosuficiencia ante los errores y fracasos de los demás; la consideraba uno de los peores atributos del ser humano y le atribuía la finalidad de alimentar la propia autoestima a expensas de los menos afortunados[11].

Todavía en 1855 publicó Baudelaire De la esencia de la risa y en general de lo cómico en las artes plásticas y da una visión también negativa de lo cómico, aunque sin descalificarlo por completo: «la risa es satánica, luego es profundamente humana»[12].

Era ya la época del romanticismo y se estaba produciendo un giro fundamental en el significado del humor y lo humorístico. De relacionarlo con lo fisiológico y con los caracteres, se iba pasando a verlo como «ironía», como cultivo de lo paradójico, como pensamiento de dos cosas simultáneas, lo que lo acercaba a la concepción hoy día vigente[13].

La consideración cada vez más positiva de lo cómico ha llevado en

los tiempos actuales a una valoración y profundidad de su estudio. Sumariamente, la observación del humor se hace hoy desde tres grandes corrientes teóricas: las del alivio, el conflicto y la incongruencia.

Las teorías del alivio lo ven en general como impacto emocional, como engaño a nuestras emociones a través de un acto amenazador que «ladra pero no muerde». Inmanuel Kant afirmaba en 1790 que nos reímos cuando una amenaza se desvanece, y describía la risa como «un absurdo que surge de la súbita transformación de una ansiosa espera en nada»[14].

Las teorías del conflicto consideran el humor como choque o impacto de la conducta, como un absurdo que surge de la relación entre dos impulsos incompatibles. Menon dice que el humor presenta un conflicto entre dos impulsos opuestos: el de avanzar y el de retroceder. Otros autores plantean otros tipos de conflicto: Greig, entre lo amable y lo hostil; Knox, entre el juego y la seriedad; Winterstein, entre la manía y la depresión[15].

Las teorías de la incongruencia, por su parte, entienden el humor a partir de sus consecuencias cognitivas: un chiste reúne o relaciona dos interpretaciones o significados incompatibles. Schopenhauer ve el humor como la súbita percepción de la inadecuación entre un objeto y el concepto abstracto bajo el que se encontraba[16]. Para Filman, el humor es una relación contradictoria entre dos ideas; ambas deberían tener algún elemento común, bien por ser una consecuencia de la otra o porque las dos sucedían simultáneamente en la realidad.

Hay muy diversas versiones de la teoría de la incongruencia: «Percepción de algo mecánico incrustado en la vida», según Bergson, que considera algo divertido cuando simultáneamente pertenece a dos clases diferentes y admite la posibilidad de dos interpretaciones diferentes. Para Leach, son «las fuerzas del orden y la inteligencia en contraste con las del azar y el caos»[17]. Los teóricos de la Gestalt intervienen en este tema, en el que son sin duda muy competentes, al tratar de la expresión de las tensiones entre significaciones conflictivas que se relacionan con las diversas posibles combinaciones de los elementos para expresar significados[18].

SIGMUND FREUD

El estudio de Freud sobre El chiste y su relación con lo inconsciente[19] desarrollado como continuación de su Teoría de los sueños, supone un punto de inflexión en el estudio de lo cómico. Para el fundador del psicoanálisis, el chiste es similar al sueño, en el sentido de que es un juego capaz de hacer emerger elementos reprimidos. La diferencia es que «el sueño se encamina a evitar displacer; el chiste, a conseguir placer».

Las técnicas primordiales del chiste son, según Freud, la condensación (dos ideas convergen en un elemento formal –palabra, frase, imagen–), en la que el énfasis se desvía de lo relevante a lo banal, y el doble sentido, el absurdo, la definición por medio de lo opuesto, la representación indirecta[20]. Ambas técnicas tienen para él dos elementos comunes (siendo siempre necesario el primero para alcanzar el segundo): las desviaciones de la lógica y la representación habituales, y la economía de pensamiento y expresión[21].

Ernst Kris realiza esta interpretación de las teorías de Freud: Las cargas de las ideas reprimidas, entre otros mecanismos, pueden ser objeto de una transformación; la transformación se puede realizar añadiendo cargas sobre una misma idea que es ramificación de la censurada, es decir, la «condensación», o bien, transmitiendo a otra el montante de su carga, lo cual denomina Freud «desplazamiento». La «condensación» es, en último término, el mecanismo por el cual pueden aparecer representaciones que corresponden a ideas muy diversas, y por el «desplazamiento» algo puede simbolizar una idea muy diferente a la manifiesta.

Un rasgo que destaca Freud en su análisis es la economía del chiste[22]. El humor, para él, ofrece alivio al liberar energía de una emoción desagradable. El ego demuestra así que el traumático mundo externo no le puede afectar; más aún, que tales traumas no son más que meras ocasiones para la obtención de placer. Así lo cómico nos ofrece una liberación de la realidad opresora y

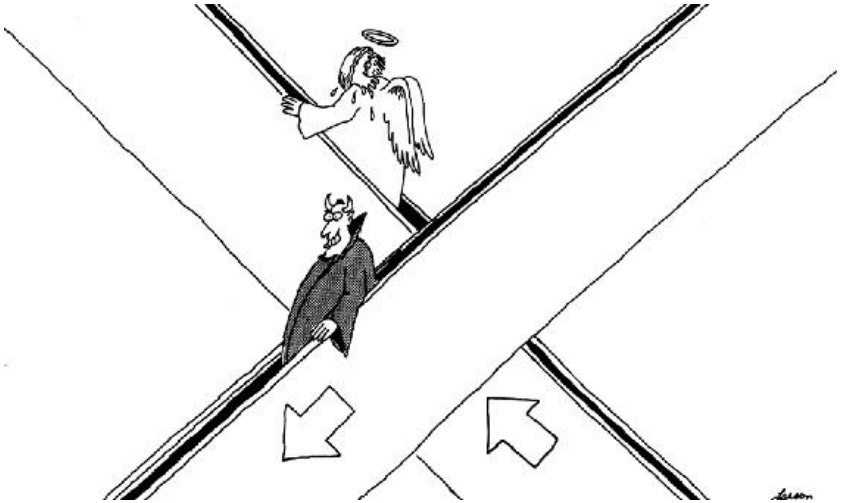
accedemos a un territorio libre[23].

El escritor Eduardo Mendoza explica la aportación fundamental de Freud de manera especialmente llana y familiar: «… gracias a él ahora sé que en un rincón oscuro de mi ser vive un enano rijoso que se pone frenético cuando me ve soportar amablemente al prójimo y cumplir con la estricta etiqueta de la pulcra sociedad en que vivo y trabajo. Procuro no hacerle mucho caso, porque cuando he escuchado sus sugerencias me he metido en unos líos horrorosos y en el fondo no lo he pasado tan bien como él me prometía»[24]. Quizá podamos decir que el humor es una de las maneras de satisfacer a ese «enano rijoso», que es el inconsciente, de una manera aceptable y sin meterse necesariamente en líos.

CONTENIDO Y FORMA DE LO CÓMICO

En general podemos concluir que todas las teorías de lo cómico destacan la relación incorrecta de dos elementos por medio de un enlace formal[25]. El humor encuentra el hueco, la falta, la inconsistencia de nuestra cosmología, desvela la debilidad de la forma y no puede responder a un razonamiento que lleva al absurdo. Arthur Koestler relaciona al artista y al bufón con el sabio al considerar que los tres tienen un territorio común: los tres perciben «una situación o una idea… en dos marcos de referencia internamente coherentes pero habitualmente incompatibles». A esta capacidad de asociar dos aspectos de la realidad previamente no relacionados entre sí es lo que él llama «bisituación»[26].

De forma genérica, podemos concluir que el humor combate la artificialidad y la falsedad, delata lo ficticio y lo aparente, mediante un contenido de confrontación de conceptos, al ubicar una forma de ambos de manera indebida, pero no caprichosa, ya que con esa nueva colocación se obtiene una relación significativa hasta entonces desconocida.



Un lugar cotidiano, como el de unas escaleras mecánicas de un centro comercial, sirve para que Larson sitúe a dos arquetipos, ángel y demonio. Con estos personajes y contexto reconocibles por todos, realiza un guiño cómplice al espectador y juega a que imagine qué incorrección ha podido suceder. Gary Larson, «The Far Side Gallery».

UN ESQUEMA CONFIGURADOR

Como Freud, McGhee piensa que el humor permite dar un respiro a la seriedad y lleva al individuo a las sensaciones placenteras y al modo de pensar infantil. Partiendo de las teorías de Piaget –que consideraba el juego como la asimilación de la realidad al pretender tratar lo extraño como familiar, lo imposible como posible–, McGhee ve el humor como una aceptación de la fantasía por parte del individuo[27]. Así, lo extraño –e incongruente– propio del chiste se simula como si fuese aceptable, aunque el concepto no sea realmente asimilado como correcto al no entrar en los esquemas conocidos previamente.

Pero este autor advierte que esa incongruencia necesita de varias

condiciones para ser aceptada: que el individuo conozca los esquemas previos y los tenga como claros y correctos; que sea evidente que la nueva forma o concepto viola esos esquemas, es decir, que es incompatible con ellos, y que sea consciente de la imposibilidad y delirio de ese razonamiento que simula que acepta.

Coincido plenamente con esta teoría, cuyas pautas creo perfectamente válidas para las consideraciones de este estudio. En los siguientes apartados me adentraré en la observación más detenida de estos que considero elementos configuradores del chiste gráfico: una contextualización adecuada, una transgresión significativa del concepto y una complicidad con la fantasía propuesta.

Notas al pie

[1] Aunque se apunte aquí un desarrollo orgánico del humor gráfico, nunca se llegará al extremo de Goethe ante su visión juvenil de la catedral de Estrasburgo: «Tu eres una viviente: no has sido construida y compuesta sino que has sido engendrada y has crecido.»

[2] Arnheim, R., 1979, p. 29.

[3] Véase Shahn, B., 1957, The shape of content, Cambridge: Harvard University Press.

[4] P. Klee (1971), véase capítulo sobre «La filosofía de la creación», pp. 71 a 83.

[5] Lo que denominamos «forma» en español, tiene dos vocablos en inglés: form y shape. Form podría entenderse como configuración o conformación, mientras shape sería la forma como contorno o figura.

[6] Para Jordi Pericot, «el juego es el locus del significado, es ahí donde toman significado las imágenes. Al establecer el juego precisamente una relación entre las imágenes y el estado de las

cosas, a través del juego. Participar, y participar en un juego, requiere ser competente en cuanto a sus normas y así comprender el significado de los elementos del juego». Véase Pericot, J., 1987, Servirse de la Imagen. Un análisis pragmático de la imagen. Barcelona: Ariel.

[7] Gombrich dice que «el chiste, simplemente no nos permite separar la forma del contenido» porque «el código genera el mensaje». Por una parte, sirve de vehículo que solo puede llevar una serie determinada de mensajes, y por tanto el mensaje se vierte en él, o mejor, se construye con sus elementos. Pero además «es el accidente del medium lo que permite condensarlo en un chiste». Gombrich concluye: «Un buen chiste no es una invención sino un descubrimiento.» Véase Lorda, J., 1991, Gombrich: una teoría del arte. Ediciones Internacionales Universitarias. Barcelona: Eiunsa.

[8] Platón, Diálogos, traducción de Mª Ángeles Durán, Madrid, Gredos, 1992.

[9] Aristóteles: «La comedia es (…) la imitación de persona de inferior calidad pero no de cualquier especie de vicio sino solo de lo risible, que es una variante de lo feo», o «… la máscara cómica es algo feo y deforma, pero sin dolor». Aristóteles, Poética. Barcelona, Icaria, 1997.

[10] Cicerón: «la sede y el territorio de lo que suscita la risa (…) reside en cierto carácter ofensivo y cierta deformidad». Cicerón, De Oratore.

[11] A lo largo de los siglos XVII y XVIII se puede observar una visión cada vez más positiva de lo cómico. Jean Paul en 1804 ve el humor como el contraste entre lo que alguien pretende ser y lo que en realidad es. La utilidad social del humor es su capacidad de desenmascaramiento.

[12] Dentro de las teorías de la superioridad en el último siglo podríamos incluir a las teorías del dominio. Ernst Kris (en su paper sobre la caricatura) propone una dimensión dominadora según la cual la gente se divierte con la observación de los errores que ellos mismos tuvieron y que aprendieron a corregir.

[13] José Carlos Mainer habla del humor como conciencia de la insatisfacción vital, el «reconocimiento de la impotencia». En AA.VV., 2002, Los humoristas del 27. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ed. Sinsentido.

[14] Kant, I., Crítica del juicio, traduc. y ed. de M. García Morente, Madrid, Espasa-Calpe, 1977, pp. 294 y ss.

[15] Menon, V. K., 1931, A Theory of Laughter, Londres, Allen and Unwin. J. Y. T. Greig, 1923, The psychology of laughter and comedy, New York, Dodd, Mead. I. Knox, 1951, «Towards a philosophy of humour», Journal of Philosophy. A. Winterstein, 1934, «Contributions to the problem of humor», Psychoanalytical Quarterly.

[16] Schopenhauer, 1918, Die Welt als Wille und Vorstellung, Leipzig: Brockhaus.

[17] Véase Bergson, H., 1979, La risa. Ensayo sobre el significado de lo cómico. Madrid: Austral. Leach, 1963, New directions in the study of Language, Lenneberg: Massachusetts University Press.

[18] Dentro de las teorías de la incongruencia podríamos incluir a los dualistas: «Hay dos tipos de gente: los que dividen a la gente en dos tipos y los que no. Siguiendo este razonamiento, hay dos tipos de mundos, los que se dividen en dos y los que no.»

[19] Freud, S. (1969), «Witz» es traducido al español por «chiste», pero en alemán significa literalmente «ingenio». Freud los diferencia: «lo cómico se encuentra» y «lo ingenioso se crea». Al comienzo de forma parecida apuntábamos la posible separación entre lo cómico y lo humorístico. Así, la traducción al español por «chiste» de alguna forma hace referencia a algo elaborado.

[20] Véase Lorda, J., 2008, « A theory of Art». Revista Classical Architecture, Pamplona: Universidad de Navarra.

[21] Freud (1969). La mística evasiva del humor se resume en la palabra «economía». La economía del chiste tiene dos vertientes. El chiste expresa sus significados con brevedad y economía, y divertirse es la respuesta más económica ante un chiste. Existe un

gran interés en economizar el desarrollo del propio chiste y también el que lo escucha desea esa brevedad. Freud dice que normalmente dichas economías son en realidad «falsas» y compara ese «ahorro» con el del ama de casa que realiza un viaje costosísimo para comprar lo que considera una ganga.

[22] El chiste, para Freud, produce placer porque obedece a la satisfacción de la tendencia (obscenidad u hostilidad). Por ello, causa regocijo al vencer un obstáculo interior y uno exterior. Economiza así el gasto psíquico y ahorra en coerción.

[23] Apter y Smith coinciden con Freud. Para ellos el humor es incongruente y resuelve un conflicto entre la seriedad y el juego; ofrece una salida o alivio a la dureza de la vida. Apter, M. J. & Smith, K. P. C., 1976, Humour and the theory of psychological reversals. Paper at International Conference on Humour and Laughter, Cardiff.

[24] E. Mendoza, columna en el diario español El País, 26 de junio de 2006, última página.

[25] Wilson, Ch. P., Jokes: Form, Content, Use and Function, London, Academic Press, 1979, pp. 19-29.

[26] Koestler, A., The act of creation, N. York, MacMillan, 1964, p. 27.

Sobre este tema Bergson, en su estudio de 1899 sobre la risa, considera que la situación cómica pertenece simultáneamente a dos series independientes de acontecimientos y «es capaz de ser interpretada con dos sentidos distintos a la vez». También opina que lo cómico se desarrolla en un sector antiséptico de la percepción, purgado de emociones y, por consiguiente, parecido al estado mental de la contemplación teórica. Al exigir lo cómico algo así como una anestesia momentánea del corazón, se dirige a la pura inteligencia. Véase Bergson, 1986.

[27] McGhee, P. E., 1971, Cognitive development and children comprehension of humor. Child development, pp. 123-138. Véase, también de McGhee, 1972, «On the cognitive origins of incongruity humor: Fantasy assimilation versus reality assimilation», en Goldstein, J. H., y McGhee, P. E., eds., The Psychology of Humor,

N. York y Londres: Academic Press.

Capítulo 10

Contextualización

«Sabe más el tonto en su casa que el sabio en la ajena.»

Miguel de Cervantes

El humor es siempre una actividad dirigida al grupo. Supone una importante ayuda para el pensamiento colectivo. La comicidad es una función anímica –encaminada a la consecución del placer– de carácter indiscutiblemente social. Es decir, que se elabora bajo la condición de la comprensión del juego propuesto por parte del otro ya que, de no obtenerse, no tiene razón de existir. El primer requisito del humor es, por consiguiente, conocer el entorno y ofrecer una contextualización adecuada, entendiendo por este término la oferta que se hace al receptor de una situación suficientemente clara y correcta como para que este la reconozca[1]. Es, por tanto, la orientación que se le proporciona para que esté informado cuanto antes del tema a tratar, conozca el escenario, el marco donde la broma se va a desarrollar.

Hay que establecer las circunstancias que definen la situación a comunicar, porque la indicación del entorno determinará el sentido del mensaje. El paradigma elegido será la plataforma donde los conceptos, símbolos o formas serán después relacionados de forma no habitual. Así, el reconocimiento del contexto conducirá también al reconocimiento de su transgresión[2].

LA CONTEXTUALIZACIÓN SIGNIFICATIVA

En la imagen de la izquierda, el espacio inferior representa una carretera porque está significado por un elemento: las líneas de tráfico. De esta forma es un espacio contextualizado «correctamente». Este mismo espacio representaría un río si en vez de líneas de tráfico le significásemos con otro elemento: las lavanderas. En la imagen de la derecha, ese espacio está significado simultáneamente por ambos elementos y así se produce algo teóricamente incorrecto. Pero, ocurre que los dos son símbolos; el río, de la naturaleza, y la carretera, de la intervención humana. El resultado adquiere sentido porque el absurdo visual inicial se convierte en una crítica que enfrenta esos dos conceptos.

La contextualización supone una indicación dirigida al receptor sobre un territorio conocido, familiar, nada ajeno. Se basa, por tanto, en aquello que compartimos con el grupo, lo genérico que hay en nuestra memoria, el escenario común de las experiencias emocionales, un lugar donde nuestros símbolos reposan con comodidad, donde sentimos lo colectivo como propio.

El valor de impregnación de una propuesta de humor gráfico, la medida de su fuerza, reside en el hecho de que unas ideas concretas se convierten en accesibles al dominio de los otros. Esto exige al artista que incluya un alto grado de conceptualización, un conocimiento profundo y una asimilación de lo que desea transmitir, un pensamiento definido al respecto y un manejo de los recursos perceptivos visuales cuanto más alto, mejor. Debe así cuidar de que la comprensibilidad de la idea a comunicar atienda a dos aspectos: el conceptual (selección adecuada de situación y tema) y el formal (realización eficaz, correcto ofrecimiento perceptivo de figuras).

COMPRENSIBILIDAD CONCEPTUAL

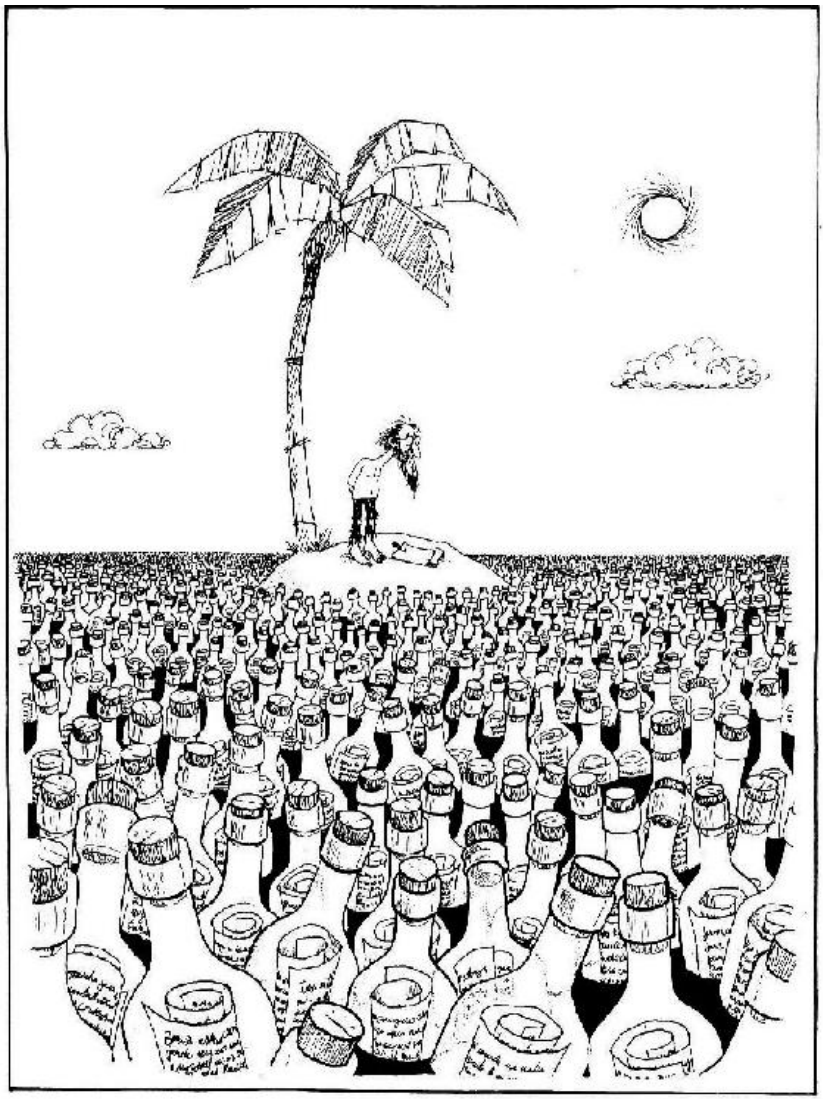
La situación objeto de la idea humorística debe ser establecida de la forma más «económica» posible. Es decir, el contexto concreto debe

ser definido sin ambigüedad y con prontitud; señalando sus personajes protagonistas, víctimas, ejecutores o simples participantes; indicando su escenario, su temática, los conflictos, las conductas. Todos los elementos conductores deben ser inmediatamente reconocibles, en la medida de lo posible[3].

Para ello caben principalmente dos tipos de soluciones:

A) Estereotipos, tópicos, clichés, etc.

Las situaciones a priori familiares facilitan la inmediata ubicación de los elementos conceptuales, lo cual las convierte en idóneas para el juego del humor. Los estereotipos sociales[4], al regalar inmediatamente una situación sabida de antemano sin necesidad de explicación adicional, realizan una labor de ahorro intelectual[5]. Son indicadores, ideas preestablecidas sobre algo o alguien, definiciones gruesas, que simplifican para el espectador la situación sobre la que se desarrollará el «gag» y le ponen en situación de comprender con prontitud el tema de la broma. Utilizamos este tipo de «clichés» o «etiquetas conceptuales» como modelos para comprimir o esquematizar las ideas abstractas y poco comprensibles. Son, por tanto, herramientas contextualizadoras[6]. De ahí, el socorrido recurso a los arquetipos, los héroes y villanos, así como los chistes de género[7]. En el entorno gráfico, se encuentra una galería de escenas tópicas (funcionario tras ventanilla, náufragos en una pequeña isla, pareja en una cama, paletos en la ciudad, solitario arrastrándose por el desierto…) y de elementos visuales (cerrojo, corona, muro, alambre de espino, tachadura, bomba, grieta, martillo…) que permiten «modelar» el tema.



Quino, «Náufrago». El extraordinario humorista argentino Quino (1932), padre de Mafalda, dentro de su enorme variedad de registros, utiliza en este chiste mudo los tópicos del náufrago y las botellas con mensaje para establecer su propuesta cómica. El uso de lugares comunes ayuda enormemente al señalamiento de la situación. El espectador queda orientado al reconocer el entorno y los personajes.

Cuanto mejor definido esté el contexto, su trasgresión será más reconocible.

La universalidad, es decir, el grado de reconocimiento de una imagen por un público –amplio o no–, es un factor importante en la selección de conceptos visuales. Esto nos lleva al útil material de trabajo que suponen los convencionalismos visuales, aquellos que proporcionan conceptos unívocos, precisos, de fácil y rápida identificación, que pueden establecer un campo lo más familiar posible para su posterior manipulación. Sin embargo, el listado de conceptos colectivos es mucho más limitado de lo que se podría imaginar. El catálogo de símbolos visuales reconocidos comúnmente, con un significado asignado, es decir, lo que llamamos señales, imagotipos e iconos, no es muy amplio. Los signos e índices incorporados al acervo popular por repetición o aprendizaje (flechas, bandera pirata, cruz svástica, señalética de tráfico, símbolos, marcas y logotipos de prestigio) así como la iconografía popular (toro de Osborne, efigie del Che Guevara, Estatua de la Libertad, La Gioconda, la Torre Eiffel, imágenes religiosas o cuadros famosos, emblemas nacionales o deportivos…) no son muchos y por ello se convierten en muy demandados y repetidos por los humoristas gráficos.

Gallego & Rey utilizan habitualmente nuestra cultura cinematográfica como contextualización para sus caricaturas (en este caso, un «prometedor» Aznar y su mentor Fraga, en 1994). Esta alusión a imágenes ya conocidas le permite al espectador estar totalmente al tanto de la situación, y al artista jugar con ella y sus elementos. Heinrich F. Prett propone llamar a este recurso «intermedialidad», al ser una relación semiológica entre un texto y otras artes como, en este caso, el cine. Por cierto, la película referida parodia a otra que, a su vez, proviene de la literatura de Mary Shelley. Es decir, esta pieza posee una «hiper-inter-discursividad».

La razón de la utilización constante de estas imágenes reside en la escasez de conceptos que consideramos registrables y cercanos a todos, y que serán por tanto materia de este estudio. Por ejemplo, no encontraremos aquí aquellos que forman parte de nuestro entorno más íntimo, y no del dominio público. Nuestra privacidad posee un evidente tesoro simbólico, emotivo o funcional, y proporciona un potencial humorístico amplio y profundo. Lo

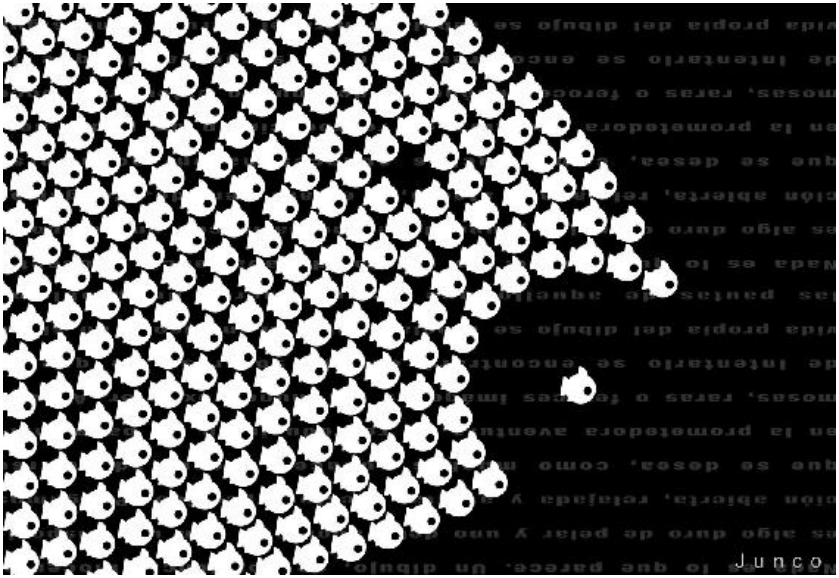
utilizamos para nosotros mismos y nuestro círculo más cercano. Es la materia de nuestro humor «interior». Tiene, para los más próximos, la facilidad de interpretación de lo conocido de antemano, donde está un enorme nicho de tópicos y situaciones convencionales que giran en torno a lo propio, al yo, al paisaje diario de la familia, los amigos, los compañeros de trabajo, los vecinos, etc. Poseen incluso una eficacia mayor por cuanto nos tocan más personalmente jugando con temas que afectan profundamente a nuestra sensibilidad. Pero el problema es que son subjetivos, privados, de ámbito personal. Pese a su gran interés, pese a ser vital para nosotros y tratarse de un escenario en el que utilizamos asiduamente el humor, no será el mundo cómico que aquí analizaremos; lo será, en cambio, el profesional, el destinado a la generalidad del público, al extenso y difícil campo de lo social, donde la comunicación exige un especial diseño. De ahí que sea fundamental el conocimiento de la cultura visual de la colectividad a la que se dirige el mensaje. Cuanto más grande sea, mayor facilidad proporcionará al humorista. El referente en este ámbito es, pues, lo genérico, los símbolos y rituales que dominan la sociedad y son familiares al público en general, lo que se llama la cultura de masas.

Antonio Mingote se sirve de un contexto conocido como el cuadro de las Meninas de Velázquez para jugar a transgredirlo humorísticamente.

Antonio Garci, gran caricaturista mexicano, utiliza situaciones conocidas de todos como es la imagen de un pelotón de ejecución y la moda de realizar un «selfie» para crear una pieza de humor en 2015.

B) Establecer un patrón

Cuando el marco del contexto no está ofrecido por medio del estereotipo o la referencia predeterminada, se debe establecer un patrón. Consiste este modelo en proponer una dinámica a seguir, por medio de la repetición de unas pautas de comportamiento[8]. El sistema de ideas marcará la regularidad de una conducta, un ejemplo referencial, un paradigma. El espectador no rechaza la propuesta porque nada le cuestiona. Son muy habituales en los chistes verbales donde se cuenta una situación que se enmarca en una repetición de acciones para que, una vez establecidos los pasos a seguir, sea vulnerada en la escena final.



Utilización de pauta. Existe una secuencia interior, donde se presenta el modelo por medio de la repetición de elementos, que constituye el patrón. Este, establecido en un lado, es transgredido una vez dado a conocer. Y aquí, además, se juega con el propio patrón. Junco, de «Ni Hablar».

COMPRENSIBILIDAD FORMAL

La contextualización exige no solo que la elección del tema y la situación sea tal que el espectador pueda sentirla como cercana, familiar o conocida, sino que el artista tenga suficiente capacidad técnica para poder transmitirla sin problema. La comprensibilidad atiende a la reducción expositiva, al orden jerárquico y a la concreción de los ingredientes de la configuración. De hecho, reúne los conceptos, antes mencionados, de simplicidad relativa (la complejidad elemental ha podido ser reducida y expuesta ordenadamente), y de universalidad (la simbología o codificación es accesible).

Ante todo, la situación debe ser facilitada a la percepción del espectador en términos de sencillez. Un aspecto a tener en cuenta es el de la documentación que determinadas imágenes deben incorporar, que ha de ajustarse a lo conocido por el espectador. La caricatura de un personaje, por ejemplo, debe describirle con rasgos que lo conviertan en identificable, adecuados a la información que se posee sobre él, bien por sus características físicas, por su entorno o por ambos; que sea «parecido», en definitiva. Un chiste sobre un hecho, una acción, un suceso o una noticia de actualidad debe referirse al mundo al que pertenecen en los términos establecidos y aceptados. La imagen tiene que reflejar un conocimiento de los aspectos significativos que pretende reflejar y estar debidamente respaldada por datos sólidos y asimilados por los receptores. No necesita ser una descripción exhaustiva de lo que representa, pero sí debe tener los datos mínimos correctos o al menos no contener errores de documentación.

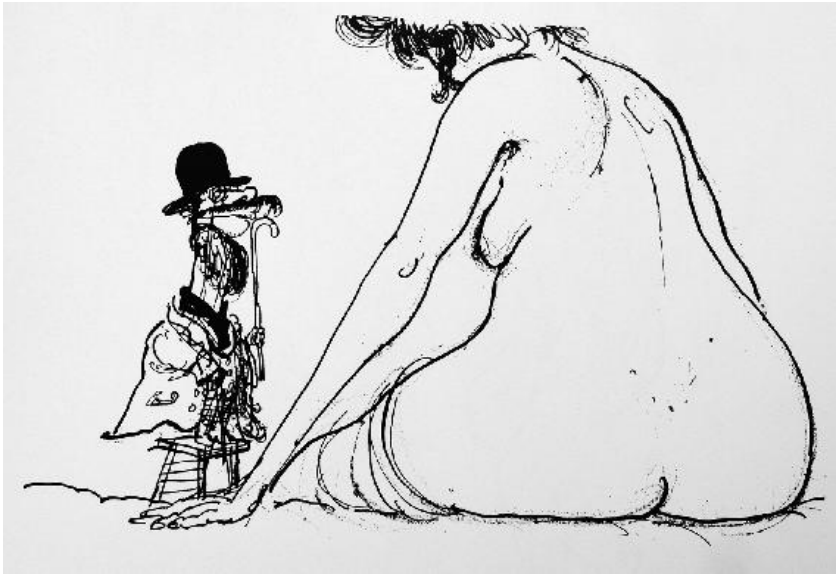
Segundo, es fundamental que el artista posea la técnica suficiente como para expresarla con imágenes adecuadas y formas claramente reconocibles. El dibujo, la definición formal elegida, la capacidad figurativa, de representación, se convierten en imperativos.

No solo se tiene que conocer un tema, sino también haber adquirido la técnica suficiente para expresarlo con imágenes adecuadas y representarlo con figuras identificables. Algo formalmente impreciso en la imagen no aporta el dato visual necesario para que la mecánica cómica funcione. Según la ley de prägnanz o pregnancia, dentro de la teoría de la Gestalt, los elementos ambiguos tienden a interpretarse del modo más sencillo. Es fundamental atender a la facilidad que una imagen tiene de identificación estrictamente formal por parte del espectador, de reconocimiento por sus contornos generales, por el ofrecimiento de sus partes elementales esenciales de su configuración.

En tercer lugar, la organización jerárquica debe lograr una conformación ordenada en la que la complejidad de elementos haya sido reducida y adecuada para una mejor visualización. Se destacan así –por distintos medios: tamaño, ubicación, aislamiento, color– las áreas básicas del mensaje, a fin de establecer una disposición de «pirámide invertida» por la que a lo principal se le da prioridad y se

relega lo secundario.

El contraste entre formas hace que estas puedan emerger por su individualidad y características, y al jerarquizarlas se consigue destacar lo importante, obteniendo una sencillez expositiva en la que el conjunto formal se facilita al tener un orden de exhibición. Cuando hablamos de sencillez o complejidad de una imagen nos referimos a la cantidad de información que es capaz de transmitir o también quizás a la capacidad de retención de la atención del espectador. En realidad este es un criterio, así como la claridad expositiva, que combina la objetividad con la subjetividad. Es decir, la complejidad o la sencillez de una imagen se relacionan con la posibilidad de precisión de exposición, con su comprensibilidad. Un grupo muy numeroso y diverso de elementos puede ser adecuadamente subdividido y ordenado, mostrándolo de manera accesible. Será entonces objetivamente complejo, pero subjetivamente sencillo de entender, es decir, comprensible. Por otro lado, una imagen con pocos elementos, sencilla, puede ser confusa por la falta de claridad expositiva o pregnancia, como ya he dicho.



La poderosa fuerza gráfica y estética que desprenden piezas como las de Ronald Searle (aquí caricaturizando a Toulouse Lautrec) favorece extraordinariamente el atractivo de su comicidad.

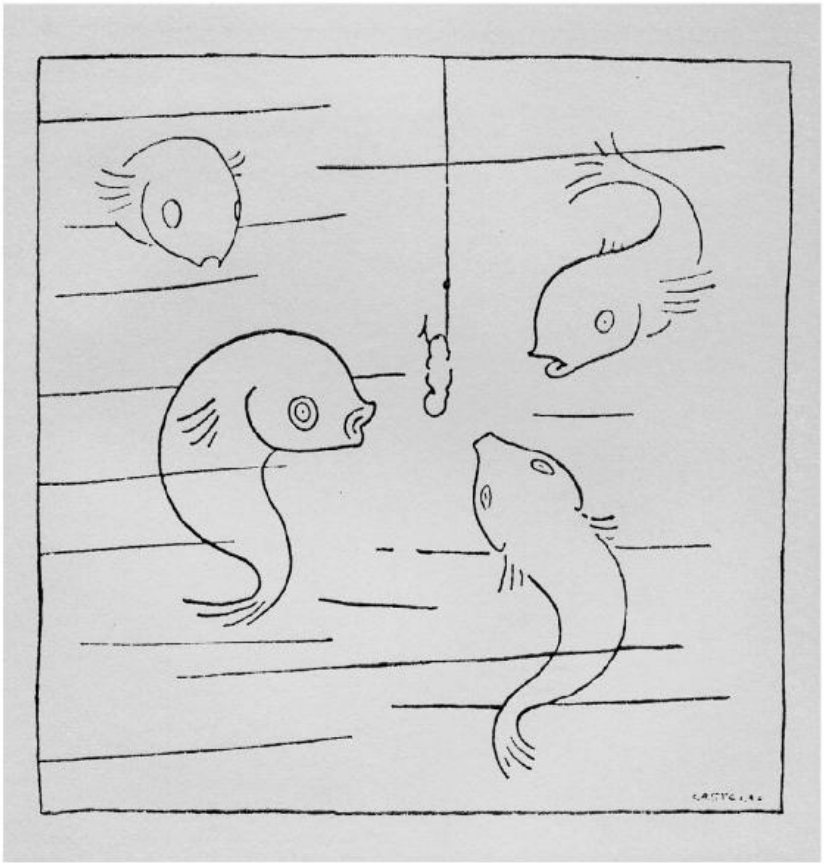
La llamada gráfica, que tiene que ver a veces con la estética y otras con la simbología, es lo primero que se observa en las imágenes y se refiere al valor intrínseco de la imagen como tal. La fuerza visual, el contraste obtenido por medio de unas determinadas formas y colores en un determinado espacio, la disposición elemental, dan como resultado una unidad superior capaz de captar la atención del espectador y hacerle captar el mensaje con facilidad. El valor estético decide sobre la mayor o menor incidencia en la carga sensorial y emocional del espectador. El efecto plástico-abstracto del espacio y tono gráfico de la página afecta a diversos aspectos de la sensibilidad que la imagen suscita en el receptor. No hay que olvidar que no se puede hacer ningún arte sin dominio del oficio (aunque el dominio del oficio, en sí mismo, no es equivalente a ser artista).

La importancia de otras características formales es menor, porque afecta a valores expresivos y menos comunicativos, pero depende del tipo concreto de artista, de encargo y de público al que va dirigido. Por ejemplo, la iconicidad es una característica formal que se refiere a la fidelidad representativa de la imagen, a su grado de detallada semejanza con su referente externo. Sería la relación clásica entre concreción y abstracción formal. Las imágenes se consideran más o menos adecuadas si se ajustan a lo representado con una cantidad mayor o menor de aspectos que lo reflejan (color, forma, contorno, textura…). Así, la máxima iconicidad la tendrían imágenes hiperrealistas y la mínima las esquemáticas o sintéticas, como los imagotipos o los símbolos y signos.

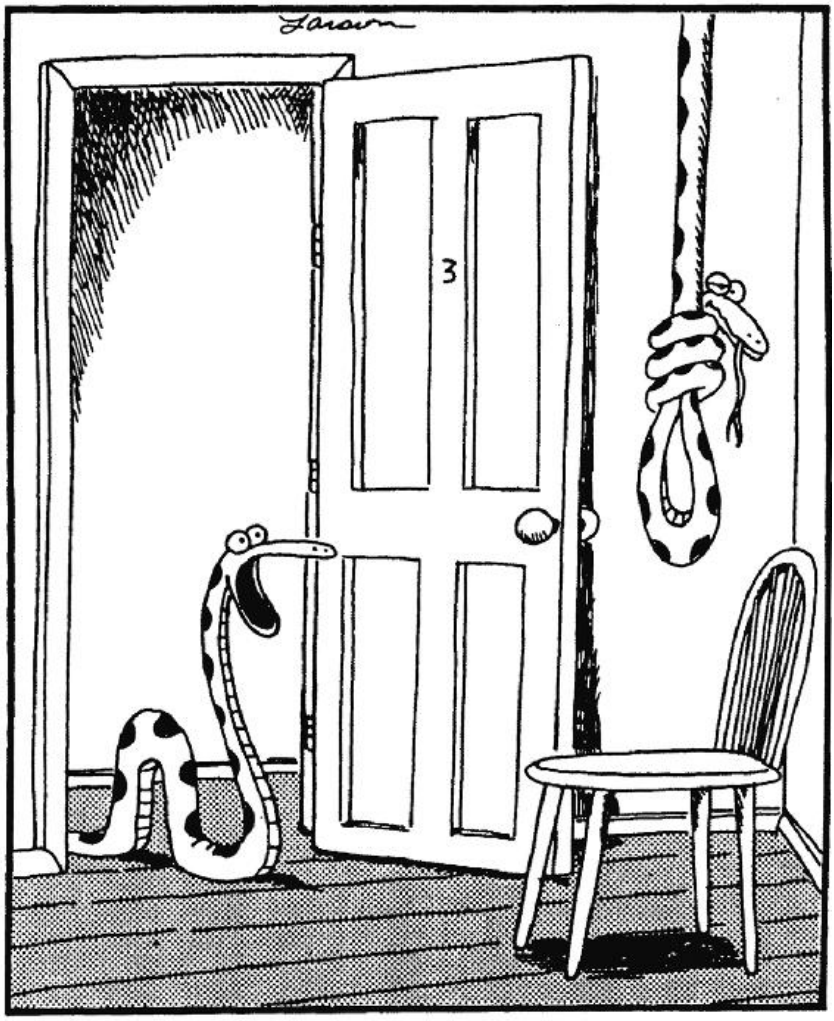
INSTRUMENTOS GRÁFICOS PARA LA CONTEXTUALIZACIÓN

En el capítulo sexto se hablaba del cómic y las posibilidades de

lectura icónica que había proporcionado al mundo humorístico. Los vocablos «leer» y «ver» se relacionaban allí al ser los mecanismos perceptivos que los espectadores utilizamos para comprender estos mensajes.



Os peixes non adeprenden nunca. Son coma os homes.



El texto se utiliza de manera habitual para el humor gráfico. El concepto que inicia la palabra es completado por la imagen, en el caso de Castelao. En el chiste de Gary Larson, más moderno y con un feedback más intenso, la imagen es la que realiza la «llamada».

Si el humor gráfico tiene, por definición, un componente fundamentalmente visual, es también cierto que en sus realizaciones

figura el texto como elemento habitual. Su función es conceptualmente importante, como explicativa de la acción. Formalmente también los es, ya que su presencia plástica (gráfica) le convierte en evidente pieza visual, como se refería al hablar del cómic. La palabra, como frecuente compañera de los elementos representados, realiza una función de complemento, de anclaje, de apoyo clarificador de la propia imagen, de relevo incluso a la propuesta figurativa. Pero, además de elemento fijador del mensaje, el texto puede erigirse en soporte clave, básico, desencadenante de la transgresión y vehículo de la complicidad con el espectador (lector). El humor verbal «ilustrado» es hoy, en definitiva, un género común, en el que el texto es el núcleo duro mientras la imagen es el complemento estético.

Si una comunicación multimedia se puede definir como una conjunción ordenada de diversos canales, el humor gráfico debería entonces ser calificado de mensaje bimedia, por su frecuente utilización simultánea de dos modos visuales distintos, el gráfico y el textual. Este proceso de comprensión conjunta de palabra e imagen fue analizado por Marshall McLuhan como «una especialización de los sentidos» porque los dos niveles, aunque aparecen paralelos, funcionan de manera muy distinta.

Son muy habituales los chistes donde el texto propone una reflexión inteligente mientras la imagen exhibe la potencia gráfica del artista. Chumy Chúmez o Máximo tienen históricos ejemplos de estas realizaciones. Joaquín Gran, Dodot, nos ofrece aquí una espléndida muestra.

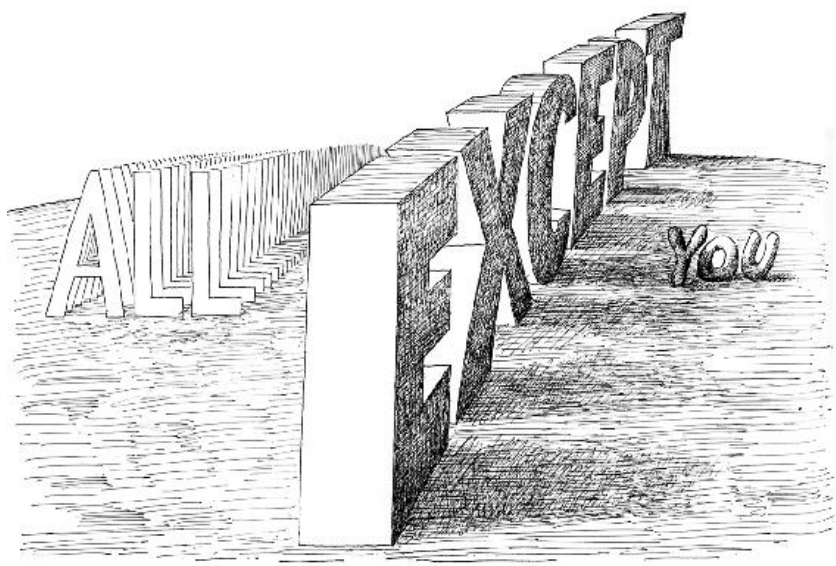
La combinación e interacción de ambos sistemas facilita extraordinariamente la comunicación del chiste al conseguir para el texto una visualización que, de manera inmediata, previa a su lectura, proporciona a los ojos los datos de la escena. Para la imagen consigue una concreción interpretativa por medio de una explicación más precisa de la situación. El resultado de la confluencia de los dos canales es mucho más que la mera suma de texto e imagen, permitiendo variados tipos de sinergias[9].

En esta obra, Forges crea una particular y novedosa conformación icónica: el texto es imagen y la imagen es texto. Los aficionados al fútbol sabemos que esa precisa disposición de las palabras, y más si las enmarca en el diagrama de una cancha, corresponde a la alineación de los once jugadores de un equipo. Por tanto, el discurso del personaje femenino está en clave «futbolera» y la ironía se materializa usando sus palabras de protesta convertidas en pura imagen.

El texto, aparte de tener en el chiste la labor de vehículo portador

de propuestas reflexivas, de apoyo interpretativo de la imagen, tiene una función propia añadida, la de abierto elemento visual propio de la imagen: el carácter estético de lo escrito se adueña del espacio gráfico y su retórica desempeña su papel. La contextualización puede servirse así de estas herramientas: el orden secuencial del texto que dinamiza la «lectura» de la imagen y la fuerza gráfica de la imagen que enriquece la «visión» del texto.

Cuando las imágenes van acompañadas de texto, se establece una dinámica lectora muy diferente a la que rige cuando van en solitario: solo después de la lectura adecuada del texto se apreciará la imagen con detenimiento. La observación de la imagen es posterior a la asimilación del texto. Así, la persona que supuestamente dice el texto, se ve que «acaba de hablar» y tiene, algo obvio, la boca cerrada.



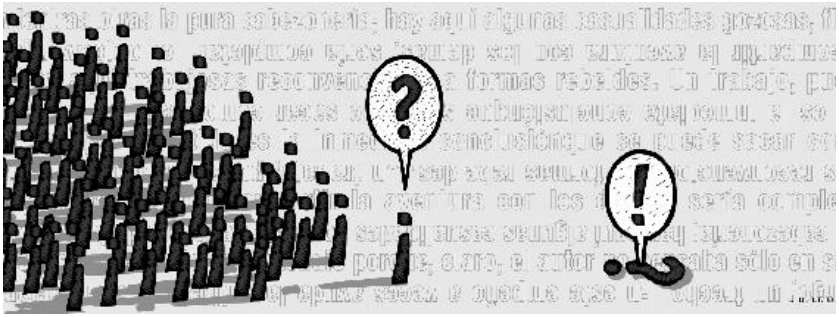
La original utilización del texto como motivo humorístico jugando con la relación entre el concepto y su expresión gráfica fue una de las grandes aportaciones de Saul Steinberg al arte. «The passport». Viking Press. Harper & Brothers Publishers. NYC. EE.UU. 1954.

Las propias palabras, frases, letras, como formas integrantes de la imagen pueden convertirse en núcleo formal absoluto e incluso único del chiste gráfico. La corporeidad de la palabra dibujada da lugar a que pueda realizar un juego en sintonía o contraposición con su significado, convirtiéndose en sorprendente motivo central del humor. El dibujante Saul Steinberg desarrolló hasta límites extraordinarios las posibilidades de este campo gráfico, en el que las palabras establecen un maravilloso juego entre la conformación espacial como conjunto de formas y su significado como texto.

LA CALIGRAFÍA

Tanto la tipografía como la caligrafía son materias utilizadas como grafismos habituales en el humor. Los textos tipográficos y sus extraordinarias realizaciones ofrecen posibilidades de juego visual y combinatorio dentro de su propia dinámica y en sus relaciones con la imagen. Sin embargo, en humor gráfico la realización manual o caligráfica de los textos en los chistes es muy común, al proporcionar una continuidad estética con la imagen dibujada por un autor y así armonizar con mayor facilidad con el conjunto final[10].

La realización y acabado del texto no es un asunto menor para un artista porque, como se ha dicho, forma parte fundamental de la imagen y por tanto debe dedicársele tanta atención como a cualquier otro elemento de visualización. La retórica gráfica considera al texto como grafismo fundamental, pero combinados con él existen una serie de formas gráficas intermedias, a caballo entre la ilustración y la tipografía, que, sirviéndole de acompañamiento, no pertenecen teóricamente al mundo de los signos de lectura pero tampoco al de la imagen (los «bocadillos» o «globos», en sus diferentes opciones y posibilidades, así como las líneas dinámicas, admiraciones, etc.).



Los símbolos gráficos que refuerzan el texto, como los globos, admiraciones, signos, líneas dinámicas, al ser conocidos por el espectador pueden ser incorporados como elementos del discurso cómico. Junco, de «1altro».

LO QUE SE VE

Aunque el nivel representativo y la exposición adecuada de los conceptos es fundamental, sin embargo, lo primero que se aprecia en una imagen es la llamada gráfica, la energía expresiva, que tiene que ver con la estética y con la simbología. Los valores plásticos producen un gran impacto, una incidencia en la carga sensorial y emocional del espectador, y se convierten en factores de motivación comunicadora.

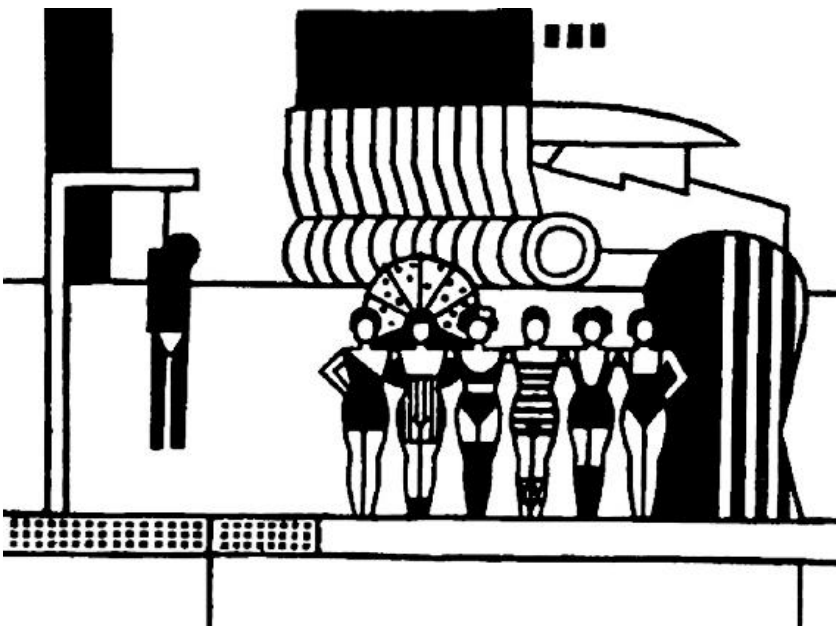
El clásico dibujante español Antonio Mingote tiene toda una serie de chistes «mudos» donde exhibe su capacidad expresiva con la imagen sola. El discurso se dinamiza y el concepto aparece potente y atractivo.

Los personajes de este dibujo, tres cerditos y un lobo, nos refieren a la cultura infantil. Pero el juego formal ofrece una secuencia cuya lectura lleva de la pauta iniciada con tres cerditos a un cuarto que, con el añadido de una forma, ya no es tal. La sugerencia que se deriva queda a la interpretación del espectador. Junco, de «Ni Hablar».

El humor gráfico se exhibe en muy distintos formatos, desde la imagen única a la página o el libro y desde lo estático a lo animado. Estos distintos medios determinan que su percepción y «timing» figurativo sea rápido o lento. La página o la tira ofrecen más posibilidades de tiempos pausados y más recursos temporales. En cambio, en los clásicos chistes gráficos de una sola imagen la exhibición del humor obliga a una composición especialmente cuidada, al reunir en un mínimo tiempo y lugar el desarrollo visual de todo el contenido; es decir, toda su oferta gráfica tiene «simultaneidad», nuestro sistema perceptivo capta el conjunto desde el primer momento.

LO QUE SE LEE

Hay imágenes pertenecientes a un corpus de iconografías actuales que, al estar codificadas por medio de un aprendizaje o conocimiento por uso continuo (iconos de ordenador, señalización de espacios públicos, de tráfico, banderas, símbolos comerciales, marcas, signos, colores de un club deportivo), tienen un funcionamiento similar a las palabras: pierden su polisemia, son portadoras de un único significado, describen por medio de unas formas reconocibles un solo concepto. Son, por tanto, imagotipos o morfologías perfectamente utilizables dentro de una sintaxis gráfica. Se las podría llamar «autoimágenes» al ser ellas mismas protagonistas «per se» de la comunicación, son «conceptos visuales» legibles por quien conoce el código.



El artista Gerd Arntz perteneció al grupo Isotype, junto con Otto Neurath y Marie Reidemeister, en la Alemania de los años 1920-30. Los tres desarrollaron un sistema pictográfico elemental. Su estudio, de una radical abstracción figurativa, estableció los principios de los imagotipos que hoy tanto utilizamos en la señalética pública o en las iconografías informáticas. Es sorprendente este «chiste» puramente iconográfico de Arntz («Amerikanisches», 1924). Las

reduccionistas representaciones de un hombre negro ahorcado ante un plantel de bellas señoritas marcan una intención irónica con asépticas y neutras formas. El resultado es una imagen absolutamente icónica, donde cada elemento está codificado, tiene un concepto definido visualmente, así como una dinámica izquierda a derecha. Todo «se lee», como un texto, aunque solo hay imagen.

Las secuencias de imágenes, aunque sean mudas, sin apoyo de la palabra, ofrecen también una dinámica lectora. Obsérvese que en la mecánica interpretativa que utiliza el espectador occidental de estas realizaciones la visualización es sistemáticamente de izquierda a derecha y de arriba a abajo, como en un texto. En este tipo de secuencias de dibujos (cómic, tiras o páginas de viñetas, bien sean cómicas o no) o en los esquemas gráficos o diagramas son habituales recorridos visuales internos donde domina la influencia lectora. En definitiva, existe con frecuencia en las imágenes esa posibilidad de «leerlas» al estar codificadas y aprendidas.

HUMORES MAS VISUALES

Debemos reservar un espacio singular al humor gráfico, que juega no ya con conceptos representados por medio del dibujo, sino con la mismísima realidad del dibujo. Al centrarse en un mundo exclusivamente visual, llámese ilustración, fotografía o animación, una imagen puede ser percibida desde dos sistemas simultáneos, ya que puede ofrecer la representación de unos volúmenes que interactúan, representando una realidad externa, o ser un mero grafismo bidimensional sobre una superficie.

Nuestra mente se percata perfectamente de la contradicción de esa simultaneidad, pero fenomenológicamente la acepta. No supone ningún conflicto. La representación de un espacio o volumen es detectada como tal por nuestra visión, es decir, como falsa profundidad, que solo intenta aludir o recordar pero que nunca reproduce una realidad. Es el caso del viejo chiste en el que una

solitaria y minúscula figurita central exclama: «No soy pequeño. Estoy lejos.» En él se perciben a la vez la lectura real bidimensional –o proyectiva– y la representada tridimensional –u objetiva–.

Los juegos que buscan esa confluencia o efecto óptico resultan extraordinariamente desconcertantes para el ojo, que no puede aceptar de entrada esa simultaneidad contradictoria tal y como el artista la ofrece (con la clara intención de poner sobre el tapete el juego incorrecto). Pero es evidente que el cerebro ante ese desafío opta por la realidad bidimensional del grafismo. Según la teoría de la Gestalt, seleccionamos la estructura perceptual más sencilla a nuestro alcance.

William Hogarth. «Falsa perspectiva», c. 1754. Aguafuerte. Hogarth fue un precursor en variados e importantes aspectos de la gráfica humorística. Este es un soberbio ejemplo de su reflexión sobre la representación del dibujo. La perspectiva, que es un instrumento convencional del dibujante para crear en el espectador la ilusión de volumen, es utilizada en su contra mediante una ingeniosa muestra de despropósitos espaciales. Entre varios detalles a descubrir en esta obra, el hombre que figura en la lejanía se relaciona con la mujer que figura mucho más cercana porque en la realidad del dibujo están al lado. Evidente.

EL CONTEXTO TEMPORAL

El realizador debe ofrecer al interlocutor un marco figurado que sea reconocible por este. Los datos que aporte no solo deben atender el entorno conceptual, sino también el temporal. Deben estar vigentes en la memoria colectiva. Cuanto más cotidianos y presentes en la mente del público, mejor.

Si observamos realizaciones de humor gráfico que no pertenezcan a nuestro actual ámbito cultural, por relevantes y maravillosas que se nos anuncien, lo más probable es que no apreciemos su interés y que resulten incluso prácticamente incomprensibles para nuestra mentalidad: caricaturas de personajes desconocidos, diálogos relativos a no se sabe qué problemas, símbolos cuyas claves no sabemos… Esta falta de accesibilidad resulta desconcertante para cualquiera.

Simplemente, nos faltan aquí y ahora los elementos de contextualización propios de su tiempo y lugar y ello nos imposibilita su valoración. Es decir, su interpretación es imposible porque el espectador no dispone de las necesarias claves del momento social, del entorno de sus personajes, de sus circunstancias y situación, del tiempo y los problemas que preocupaban entonces. Podemos ver ejemplos de artistas tan reconocidos como Hogarth, Daumier u Outcoult y no entenderemos su valor si nos faltan datos sobre el momento o el ambiente, la circunstancia, el motivo o la razón por los que surgieron.

Esto es debido a que normalmente el chiste gráfico ha sido consecuencia de una situación concreta, provocado por un problema específico, dirigido a un público determinado con anterioridad y destinado a un fin preciso. Si no conocemos ese contexto, no podemos apreciar su sentido. A diferencia de lo que sucede con el mundo del arte, la ubicación temporal y espacial es fundamental, porque el chiste, el humor, lo cómico, pertenece al ámbito de la comunicación estricta. Una obra de arte puede transmitir su esencia formal sin necesidad de una ubicación

definida. «Las Meninas», por ejemplo, realiza un deslumbrante despliegue de talento, impacta visualmente, hace disfrutar de sus personajes y espacio, sus colores y formas, su composición, sin necesidad de conocer quiénes son los personajes que allí se ofrecen, su condición, motivación y características históricas. Esos datos pueden completar, sin duda, el conocimiento de dicha obra y enriquececer su apreciación, pero no son indispensables para su disfrute. Sin embargo, en humor gráfico la contextualización temporal es un factor imperativo para obtener la adecuada respuesta del espectador.

Situação do paiz perante o acto eleitoral

Zé Povinho espia á porta de todas as egrejas: Aqui d'el-rei eleições!

El humorista de la segunda mitad del siglo XIX Raphael Bordallo, es una absoluta referencia en la cultura portuguesa. Su personaje Zé Povinho, en la imagen, fue enormemente popular, al mostrar la indiferencia y pasividad del hombre rústico ante las decisiones de los gobernantes, la falta de derechos de los trabajadores o el

progreso que se venía encima. Siendo en su época conocido internacionalmente, hoy debemos dar muchas explicaciones para contextualizar cualquiera de las obras de este autor, como ocurre con tantos hitos de la historia del humor.

Este condicionante hace que la observación de la historia del humor gráfico resulte totalmente incomprensible sin su concurrencia. Es preciso no solo disponer de datos temporales, sino también conceptuales o característicos del espacio donde se desarrolla. Extraordinarios dibujos de paradigmáticos artistas gráficos uruguayos del siglo XIX, por ejemplo, pueden dejar indiferentes al resto de hispanoparlantes (por no mencionar al resto del mundo) al desconocer el entorno que refleja. Chistes de nuestro propio país de hace solamente cincuenta años no nos permiten apreciar normalmente más que su estética y realización plástica, pero nos dicen nada o muy poco y apenas nos divierten. Así de cambiante es el entorno del humor gráfico.

Un ejemplo más de falta de contextualización. Sigmund Freud, en su famoso libro El chiste y su relación con el inconsciente, incluye una selección de chistes (parece ser que en su vida cotidiana era un apasionado contador de chistes) que hoy resultan carentes de gracia. No solo por la traducción, que es sin duda el primer gran obstáculo para quien no comprenda alemán, sino por la devastadora acción del cambio de coordenadas temporales. Esto proporciona al lector ávido de información teórica una sensación indescriptible de indefensión y suscita un generoso afán de comprensión hacia lo que supone debieron ser ejemplos cuidadosamente elegidos por el gran pensador.

El factor actualidad alude no solo a conocimientos establecidos de antemano, sino a temas que en ese momento están vivos, por lo que la identificación del espectador con el motivo planteado está garantizada, ya que está ambientado e informado. Lo recientemente conocido está precisado en nuestra mente y nada debilitado ni distorsionado por el tiempo transcurrido. La actualidad de los elementos favorece, por un lado, la implicación inmediata del espectador, estableciendo un vínculo de gran intensidad con el ambiente cultural en el que surge. Este factor de lo inmediato en el

tiempo facilita enormemente la comunicación conceptual, ya que hace innecesario explicar el tema porque todo el mundo lo tiene presente. Suele tener menores elementos distanciadores, lo que supone una menor presencia de lo abstracto en general. En cambio, cuando ha transcurrido un cierto tiempo se produce una pérdida de vigencia y, por tanto, de interés. La actualidad de los elementos a conjugar en la imagen es, por ello, un arma de doble filo. Al estar sometidos al desgaste temporal, según se aleja de su contextualización coyuntural, con el transcurso de los días o los años, se van haciendo cada vez menos comprensibles, dados los cambios que el fluir de la vida colectiva ha ido dejando en los lenguajes y la variación en las condiciones concretas del entorno en que surgió; al final, llegará a perder todo significado, al desaparecer los referentes que le daban sentido, los que le hicieron nacer y los que constituían su entidad.

La caricatura, género clásico dentro del humor gráfico, está obviamente condicionada por el reconocimiento de la persona reflejada, retratada, criticada, comentada, etc., por el dibujo. Si

faltase la identificación del personaje, provocaría un inmediato desinterés por el tema. La calidad artística de una obra como la del caricaturista del New York Times Review of Books David Levine podría activar otras cualidades como su fuerza gráfica, su energía interna, su composición o equilibrio formal. Sin embargo, la finalidad que la originó (el «Zar» Vladimir Putin y la «crisis de los misiles» de 2007 así como John Lennon y la «Beatlefobia» de 1988) estaría perdida para el espectador.

LA IMPRESCINDIBLE CONNOTACIÓN

Con el humor se expresa lo que no se puede decir normalmente. Dado su carácter grupal lo humorístico está ligado siempre a la connotación, al referirse esta al sentido que algo toma por asociación con otro sistema de significación. Esto quiere decir que el humor está inmerso y relacionado con las concretas aguas culturales de donde surge. La adaptación a las circunstancias que lo rodean, sus personajes y sus situaciones, se convierte en una condición ineludible para su existencia[11]. Su presa son siempre los problemas y temores comunes, los tabúes propios de cada colectivo. Los tópicos sociales de grupo y clase son su medio ideal. El fenómeno de lo humorístico tiene siempre, sin excepción, la característica de lo concreto y se debe a consideraciones específicas de tiempo, lugar, civilización y momento histórico. La connotación marca cada pieza, su contexto y sentido, y superpone una intencionalidad a la base denotativa. Esto conlleva, como contrapartida, que si se plantea y defiende la universalidad de un determinado humor siempre se debe tener en cuenta su relatividad cultural, su imperativa dependencia al dónde, cuándo y entre quiénes se desarrolla.

La concreción del entorno determinará el sentido del mensaje. El humor actúa por definición como cuestionador de los patrones colectivos, como removedor de los tópicos culturales establecidos. Con el humor se halla la manera de eludir la realidad mediante una sorpresa. Por tanto, el paradigma cultural dentro del que se realiza será el lugar donde los conceptos, símbolos o formas serán

relacionados de forma no habitual. Así, el establecimiento y reconocimiento del contexto conducirá también a la posibilidad e identificación de su transgresión, al encuentro de una audiencia cómplice.

La connotación significa el logro de una interrelación definida y concreta espaciotemporal adecuada entre los participantes –familia, grupo, amigos y enemigos comunes, sociedad, etc.–, los factores culturales –creencias, valores ideológicos, historia, mitos, tabúes, etc.– y los factores psicológicos –sentimientos positivos o negativos, temores, simpatías, odios, etc.

La caricatura es «la imagen connotada por antonomasia», según Roman Gubern[12]. Junto a aquello que se comunica se incluye la intencionalidad y las circunstancias del mensaje, lo que es compartido conjuntamente por emisor y receptor.

En general, la connotación de piezas ajenas a nuestro tiempo y cultura nunca es fácil de conocer[13]. Explicado de otra manera, no puede bastar que consideremos algo propio del mundo humorístico si solo lo es ante nuestros ojos actuales y no existen indicios de que hubiera tenido esa pretensión en su momento y lugar de realización. Román Gubern apunta que el «sentido contextual», que diría Umberto Eco, de una imagen, se refiere a las muy distintas condiciones que debe reunir. Una pictografía azteca será incomprensible para un europeo, tanto como un cuadro de Magritte para un aborigen australiano[14].

Desde el punto de vista formal se pueden considerar indicios de algo intencionadamente divertido, el encuentro con obras que exhiban una realización lúdica, donde lo que principalmente se muestra no es una mera representación en sí sino unas maneras gráficas donde destaca una manifiesta impostación de rasgos, trazos, tono gráfico, detalles, etc., con un afán de juego. Una reserva formal, sin embargo, a tener en cuenta en la búsqueda de esos indicios será la presencia de maneras y modos primitivos, ingenuos o naif que pueden conducir a la errónea deducción de una intencionalidad grotesca cuando en realidad se debe su apariencia a una simple inexperiencia expresiva.

Para Barros las connotaciones de las piezas humorísticas se valen de

muy diversos recursos, desde los del tono impostado, los gestos y trazos, las alusiones, las metáforas, las comparaciones hiperbólicas, las elipsis, las deformaciones, las ambigüedades, el doble sentido, las figuraciones, la ocasión y el momento social concreto, etc.[15]

Desde el punto de vista conceptual pueden ser indicios el encuentro de actitudes, situaciones o escenas con una carga incorrecta ante nuestros ojos actuales, pero siempre en la interpretación de estas figuraciones estará presente la reserva y duda de su posible pertenencia a iconologías que en su época pudieron tener sentidos y finalidades nada graciosas como, por ejemplo, un simbolismo mágico o religioso, el exorcismo de un tabú o una exaltación funeraria. Hay que recordar aquí lo poco complicado que es calificar de clamorosamente ridículo un rito de una cultura lejana mientras se ve como excesivamente respetable uno cercano por grotesco que sea; lo fácil que es reírse de lo ajeno y lo injusta e insultante que resulta la crítica que afecta a nuestras propias estupideces.

Caerá siempre la sombra de la duda sobre la manifestación de que algo se ha realizado lúdicamente si no se conoce aquello que lo provocó. En el caso de la caricatura, por ejemplo, en una situación ideal el espectador para poder valorarla debería conocer la referencia de la apariencia del personaje y su entorno.

La prueba definitiva de la connotación se halla en la habitual obsolescencia que afecta a gran parte de las obras de humor. Normal es la perplejidad que provocan a nuestros ojos tantos ejemplos pasados no ya de unos siglos, sino de solo unos años o unos meses cuando no podemos comprender el significado de piezas que fueron creadas para una concreta circunstancia y momento o dentro de una cultura no necesariamente muy lejana, y que han tenido una perdurabilidad mínima y que hoy solo las haría comprensibles una larga explicación con datos concretos de su contexto.

Notas al pie

[1] «El chiste –dice Freud– es el más social de todos los logros psíquicos en busca del placer… así que está destinado 'a cumplir las condiciones de inteligibilidad'.» A esta cita, añade Gombrich: «esta inteligibilidad, si yo puedo seguir la pista de este pensamiento, descansa desde luego en el común almacén de la cultura, principalmente en la común posesión del lenguaje» (Lorda, J., 1991).

[2] Contexto: Conjunto de circunstancias en que se produce el mensaje (lugar, tiempo, cultura del emisor y receptor, etc.) y que permiten su correcta comprensión (Wikipedia).

[3] Milton Glaser dice que «el diseño comunica información basada en los conocimientos previos del público». En el humor no es concebible de otra forma y el ofrecimiento del marco al receptor llevará a una necesidad de ubicación rápida y precisa de los elementos simbólicos con los que se va a realizar el juego transgresor.

[4] El vocablo «estereotipo» se refería en su origen a la impresión tomada de un molde de plomo que se utilizaba en la imprenta en lugar del tipo original.

[5] Verbalmente se utilizan habitualmente los chistes de preguntas-respuestas: «¿Qué le dice el… al…?» (o los chistes del «knock, knock», para los norteamericanos) o la introducción de la situación por medio de los tipos genéricos: chistes de borrachos, de ministros, de curas, de mariquitas, de cornudos, etc.

[6] Valeriano Bozal define a ese tipo gráfico como «la representación de un personaje, un grupo social, profesional o político, de tal manera que resulten perfectamente distinguibles los rasgos que convencionalmente definen a tales individuos en cuanto miembros de un grupo». Bozal, V., 1979, La ilustración gráfica del siglo XIX en España, Madrid: Alberto Corazón: Comunicación, p. 75.

[7] Todos los símbolos clásicos o modernos: la muerte, el ogro, la princesa, el rey, el ladrón, el policía, el patrón, la justicia, el MacDonalds, Barrak Obama, Vladimir Putin, el Real Madrid, Hitler, la Coca-Cola, la Harley Davidson, el Boca y el River, etc.

[8] Véase De Bono (1990) y toda su explicación del patrón como recurso humorístico.

[9] En las últimas décadas, los conceptualistas han estado trabajando en las posibilidades de tensiones y conflictos entre imagen y texto. Godfrey dice que los conceptualistas de los últimos 1960 no se centraban en el mundo del arte como únicamente lingüístico sino simultáneamente visual. Lo cierto es que la combinación texto + fotografía se convirtió en su forma arquetípica de presentación. Véase Godfrey, Tony, 1998, Conceptual Art. London-New York: Phaidon Press Limited.

[10] La caligrafía («kalos» = bello y «grafía» = escritura) es el medio manual personal de expresión textual. Era la clásica artesanía para elaborar textos que sobrevivió a la imprenta y hoy en día convive y compite con la tipografía en diferentes soportes del mundo diseñador gráfico desde su resurgimiento a principios del siglo XX. No solo en humor gráfico, sino en la gráfica editorial en general, en la publicitaria, en el packaging, en los créditos de películas, en la televisión, en el cartelismo, en Internet, aparece hoy la caligrafía de manera constante; quizá como reacción al cansancio producido por las tipografías estándar mecanizadas o informatizadas dominadoras de las décadas finales del siglo XX.

[11] Edmund Goblot sitúa la connotación como la comprensión subjetiva y total de algo, y propone la connotación de los conceptos y la comprensión de las ideas). Goblot, E., 1999, Tratado de Lógica. Madrid: Ed. Poblet, p. 105.

[12] Gubern, R., 1996, Del bisonte a la realidad virtual. Barcelona: Anagrama.

[13] Lévi-Strauss ha explicado que cada cultura es un conjunto de sistemas simbólicos.

[14] Gubern, R. (1996).

[15] Barros-García, P., 1990, La connotación contextual en el lenguaje humorístico. ASELE. Actas II. Centro Virtual Cervantes. Cervantes.es.

Capítulo 11

Transgresión significativa

«Si no chocamos contra la razón, nunca llegaremos a nada.»

Albert Einstein

Una colectividad sólidamente establecida se apoya en un orden social para cuyo mantenimiento es esencial que sus ciudadanos hagan suyos un conjunto de usos y formas de comportamiento que consideran «reales», «objetivos». Es lo que Alfred Schutz llama «la realidad predominante de la vida cotidiana»[1].

Transgredir es sobrepasar los límites del orden, no seguir las pautas aceptadas, no servirse de los patrones establecidos. Por tanto, la transgresión supone una quiebra del sistema aceptado, una superación del mismo.

El hombre, en una aparente contradicción, se plantea simultáneamente poner un necesario orden a su propio pensamiento y dejar la posibilidad de desconcertar los límites impuestos, aquello que ha sido establecido para proteger sus formas y normas. Existen varios métodos de los que se valen las personas para dejar en evidencia que aunque su sistema por un lado sea un práctico conjunto de normas en absoluto es un orden inmutable y de ningún modo, la verdad.

En el mundo del arte, lo distinto, lo no habitual, lo transgresor, se convierte en consustancial ya que la acción creadora siempre supone un cuestionamiento de lo alcanzado, para así poder obtener otro territorio: el hombre no puede quedarse en un punto concreto y debe avanzar, superar el orden cotidiano y alcanzar espacios de libertad. Esto provocará en nosotros una beneficiosa perturbación por la que se nos permite acceder a nuestros auténticos territorios,

descubrir algo que reconocemos íntimamente nuestro, aquello que «es» nosotros mismos[2].

Una cuestión prioritaria para el humor es precisamente cómo asaltar las barreras que nuestra mente establece para proteger ese esquema mental, cómo invadir ese sistema intelectual que vivimos como realidad, cómo quebrar los controles que hemos establecido para protegernos de lo aleatorio[3].

Obviamente, si todo se desarrollase dentro de la normalidad no existiría ruptura. Es imprescindible la aparición de lo irregular, lo inaceptable, lo desconcertante, lo contrario al orden, lo totalmente inesperado y sorprendente. Es un hecho que cualquier sorpresa, presentada pura y simplemente, y siempre que no encierre algo desagradable, será motivo automático de risa. Algo o alguien, siempre que sea inocente, que aparece en un momento totalmente inesperado provoca con frecuencia regocijo. Igualmente hay situaciones imprevistas y nada deliberadas que causan gran diversión. Existe así el reconocimiento de una risa considerada más como motivo de algo «objetivamente» gracioso y en absoluto humorística.

«El humor y su síntoma más corriente –la risa– son productos derivados de poseer un cerebro que se basa en el conflicto», según el neurocientífico Scott Weems[4]. Así como nuestro cerebro crea hipótesis adelantándose a los acontecimienos, «a veces conduce al conflicto, por ejemplo, cuando intentamos sostener dos o más ideas contradictorias al mismo tiempo. Cuando eso ocurre, a nuestro cerebro solo se le ocurre una cosa: reírse».

Lo simplemente desconcertante implica siempre un ataque contra el control. Este aspecto inesperado, que evidencia la violación de los esquemas normales, es quizá el más delicado y complicado de la configuración del humor. En palabras de Ramón Gómez de la Serna, «El humorismo es una anticipación, es echarlo todo en el mortero del mundo, es devolvérselo todo al cosmos un poco disociado, macerado por la paradoja, confuso, patas arriba. Cuanto más confunda el humorismo los elementos del mundo, mejor va»[5].

El sobresalto que supone lo incorrecto es lo que constituye la clave del chiste, la pieza cuyo uso se reserva para el momento más

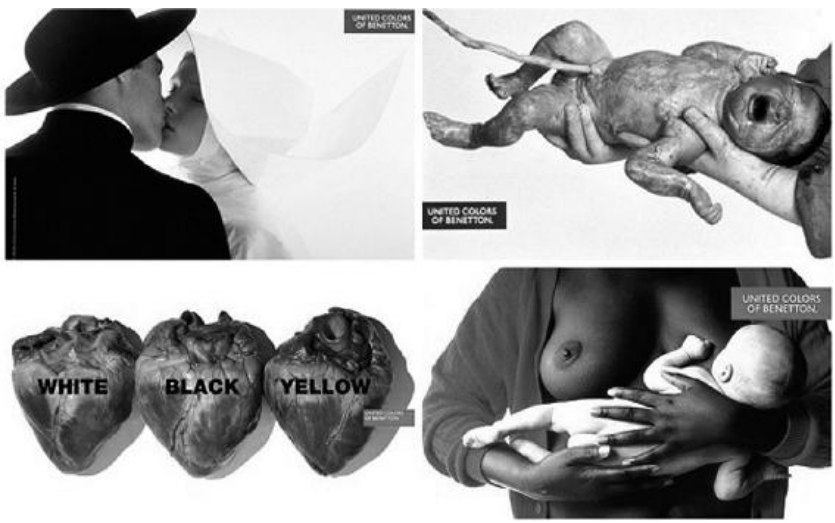
efectivo. Hay acciones que se ajustan a la pauta de la incorrección sin que pertenezcan al humor, como los involuntarios «actos fallidos», que delatan errores que pueden desvelar mundos inconscientes. Tampoco basta con establecer cualquier incorrecta y premeditada relación de elementos[6], sino que es preciso un tipo muy concreto de vulneración. El humor une lo que el mundo de los formalismos morales deseaba mantener separado, pero no como una coincidencia superficial, lo que le convertiría en una «ocurrencia» circunstancial e inocua, sino de manera crítica, como una revisión significativa de las formalizaciones anteriormente aceptadas. Debe obligar a nuestro pensamiento a un replanteamiento conceptual, a una novedad, al evidenciar ese hueco que le lleva a una conclusión diferente. Esta condición de nuevo, de descubrimiento, es ineludible, ya que nunca la transgresión humorística desemboca en una mera negación, sino en una recolocación a partir de lo incorrecto. Pirandello dirá al respecto de este mecanismo transgresor: «El humorismo consiste en el sentimiento de lo contrario, producido por la especial actividad de la reflexión, que no se oculta, que no se convierte, como suele suceder ordinariamente en el arte, en una forma de sentimiento, sino en su contrario»[7].

Por tanto, el humor conducirá a una desobediencia, a un cuestionamiento del orden establecido, lo que obviamente es peligroso para él. Al ser la misión del humor la vulneración de las convenciones, sus territorios favoritos serán aquellos considerados indebidos: la irreverencia, el racismo, la misoginia, la ignorancia, la escatología, la homofobia, la burla de la deformidad, lo sexualmente más conflictivo, el error, la suciedad, la violencia, etc., etc., etc. En definitiva, sus aguas serán lo conceptual o visualmente inadecuado y conflictivo, todo lo convencionalmente incorrecto.

Esto exige a la transgresión un determinado protocolo cautelar para que sea aceptada. Será un descontrol, valga la paradoja, controlado. Obsérvese, pues, que resultará ser un juego de reubicación elemental, como tantos otros, donde la acción de desarmar o desmontar las piezas dadas previamente no persigue una finalidad de destrucción, sino de creación. Ese gusto por «lo nuevo» va a ser lo que conduzca a la diversión, porque la búsqueda de lo inhabitual, de lo diferente, lleva a la lúdica de la incorrección, al hallazgo de lo

significativo[8].

Esa forma nueva, en definitiva, debe reunir lo conocido con lo extraño para conectar lo no relacionado hasta entonces. Esta metodología inaudita, transgresora, de mundo al revés, conectará así esos dos marcos conceptuales. Paul Reboux explica este recurso cuando dice que el humor consiste en tratar las cosas graves a la ligera y las ligeras gravemente[9].



Oliverio Toscani, el provocador fotógrafo de la marca Benetton en los 1990 buscaba, con fotografías como estas, la sorpresa de lo transgresor.

Esta enorme sorpresa simbólica desconcertará las barreras de nuestro razonamiento crítico, que no esperaba esa conexión entre dos mundos que creía independientes, y provocará una reacción psíquica insuperable. Encontrado el hueco, la falta, la inconsistencia, la debilidad de sus formas, no podrá responder a un razonamiento que lleva al absurdo y llegará imperativamente la descarga de tensión por medio de la risa.

EL MUNDO AL REVÉS

Desde los tiempos más remotos, el humor ha sido algo considerado cercano a lo irracional y a la locura, a lo prohibido y opuesto al orden social. Se debe recordar que «cómico» viene del «komos» o cántico que se entonaba en las fiestas dionisíacas, donde se buscaba una lúdica pérdida de control. De hecho se considera la propia institución de la «komedia» como una forma de integrar y hacer aceptables aquellas manifestaciones descontroladas de la multitud; es decir, buscarle un lugar, un tiempo y un formato donde esa energía caótica y desatada fuera asimilable por el poder.

En muy diversas culturas ha sido habitual relacionar a los locos o los necios con los cómicos o los bufones. Se encontraban en territorios similares: infracción de tabúes, desprecio de la autoridad, burla de los conceptos y símbolos de la comunidad, juegos indebidos con el lenguaje, cuestionamiento de las formas, falta de urbanidad, obscenidad… Era lo que se solían denominar «conductas contrarias» y hoy en día entendemos como «incorrecciones».

La locura y lo cómico fueron incluidas, también desde hace mucho, en un mismo apartado –el de lo despreciable– y hubo que esperar a 1511 para que Erasmo de Rotterdam se atreviera, en su Elogio de la Locura[10], a tratar este tema por primera vez en términos positivos.

Con el romanticismo se produjo una recuperación y ensalzamiento de estas figuras incorrectas –aunque siempre conectando lo cómico con lo irracional–, justificándolo porque el humor «no aniquila el individuo sino lo finito, por su contraste con la Idea: el humor no sabe de locuras personales o de locos – como lo sabe la sátira–, sino de la Locura y el Mundo Loco»[11].

Considerando que la comedia era un modo de integrar las expresiones incorrectas o dementes, los teóricos del funcionalismo colocaron en el mismo plano al humorista, al payaso y al bufón: todos ellos desempeñaban el papel de «válvula de seguridad» de la sociedad, que es permisiva con esas expresiones de lo prohibido,

siempre que sean cuidadosas, para controlar de esa manera el desorden. Sería, pues, según esta teoría sociológica, un recurso social con una finalidad integradora de este tipo de prácticas. Ciertamente, la idea de presentar el mundo «al revés» ha sido una forma muy repetida de hacer crítica social bajo el subterfugio de un juego disparatado y sin sentido[12].

Estampa popular del siglo XVIII que representa «El mundo al revés». Estas imágenes ofrecen un juego primario que proporciona a la gente la gozosa ilusión de lo contrario y lo indebido. Se identifica fácilmente la inversión a la regla, se reconoce la norma que le limita, y, a la vez, la fantasía de su vulneración. Diversión garantizada.

El ofrecimiento de un mundo al revés, donde se hace evidente la imagen de lo contrario e indebido es una clamorosa propuesta al espectador de la fantasía que se va a compartir, de la ilusión, del

sueño, del mundo irreal al que el artista le invita. Se identifica así claramente la inversión de una regla, juego apasionante porque obviamente reconocemos la norma que nos limita y, a su vez, el sueño de su vulneración. Esto garantiza la eficacia del mecanismo utilizado.

Banksy. El juego que plantea este artista de Bristol en sus imágenes conceptuales consigue impactantes desafíos gráficos.

Una gran novedad es el desarrollar su obra en un nuevo «soporte» como es el de los muros de la ciudad (con la técnica de estarcido principalmente). Lo reconocible como aceptable y habitual aparece en sus obras invertido. Sus propuestas son así críticas y sugerentes. La imagen corresponde a una pieza suya implantada en la Franja de Gaza. El mundo al revés: el oprimido es esta vez el opresor, el verdugo representa el papel de la víctima, el mundo al revés.

En esta obra de Gary Larson la inversión de papeles provoca una sorpresa conceptual y una reflexión sobre lo aceptado como «normal». La gallina responde a la acción de la granjera con una equivalente, pero que nosotros consideramos intolerable.

EL MUNDO ABSURDO

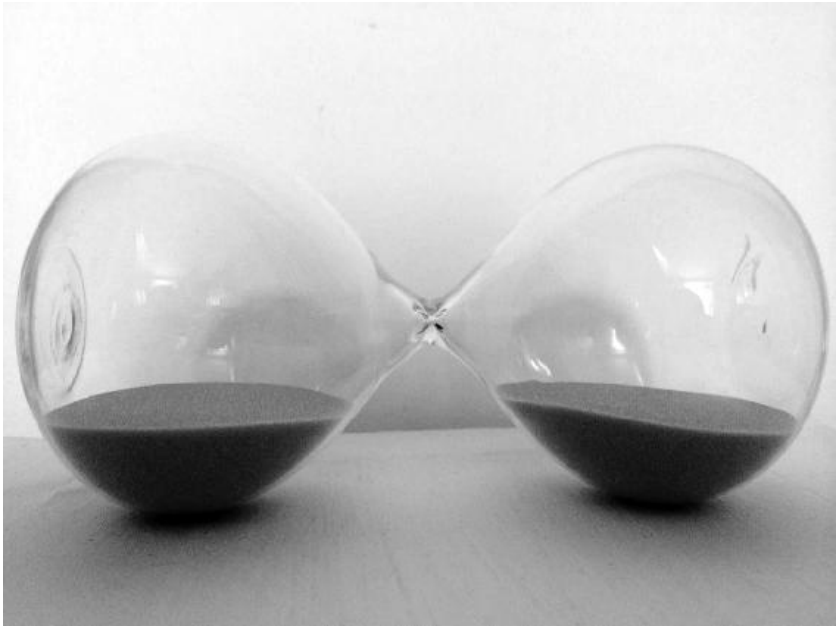
La explicación que se da al significado etimológico del término «absurdo» (ab-surdum, «por sordera») es aquella que considera que lo que no se puede oír «no posee lenguaje» o no tiene explicación razonable. Siendo así, en este estudio podríamos relacionar lo «sin lenguaje» con lo estrictamente icónico, lo cual en la gráfica del humor tiene un indudable lugar de privilegio ya que constituye por sí mismo un auténtico «discurso» visual[13].

Lo absurdo, en general, como contrario a lo racional, es un nicho transgresor que proporciona su propio espacio genérico a lo cómico desde no hace demasiado tiempo[14]. En la época de las vanguardias artísticas de principios del siglo XX (que Roger Shattuck llamó «la Edad de los Banquetes»), de las que ya hablamos en el capítulo tercero, la provocación conceptual se utilizó como guía y referencia. Allí lo trivial y lo absurdo era presentado como inteligente y racional. Pero no era solo el arte el campo de exhibición de inconveniencias calculadas, porque en esos mismos años el cine surgía como fenómeno especializado en un extenso muestrario de derrumbamientos, choques, golpes, peleas, escenas demenciales y destrucciones sistemáticas. Este territorio en el que lo incorrecto y la transgresión retozan sin fin es exactamente el propio del humor. Las divertidas catástrofes que se ofrecían en los Nickleodeon[15] establecerían pocos años después una deriva curiosa hacia la formalización e institucionalización que hoy en día tiene, hacia esa solemne consideración de «Octavo Arte». Se debería siempre recordar, sin embargo, que tiene sus cimientos en aquellas figuras extraordinarias que disfrutaban con la demolición de lo establecido, el desorden, el imperio del caos en los lugares más selectos o serios (el salón burgués, el balneario, la comisaría, la ópera, las trincheras…), a la vez que con los personajes más respetables y

temibles (el juez, el comisario, el capataz, el ricachón, el predicador, el ministro, el coronel...) y con las situaciones más formales (el primer día de trabajo, la petición de mano, el cumplimiento de órdenes del jefe, el funeral…). En definitiva, eran los peores escenarios para que apareciese el antihéroe, los lugares donde este contrastaba y sobresalía, como base y principio de todo. Desde entonces, las realizaciones visuales de la última centuria han quedado marcadas por el espectáculo de la iconoclastia, por el juego de la sorpresa conceptual, del cuestionamiento, de la provocación, del absurdo; en fin, del humor. La presencia directa o indirecta de la comicidad visual es hoy constante en los medios de comunicación, revistas, periódicos, salas de cine, canales de TV, blogs, redes sociales...

EL NIVEL GRÁFICO

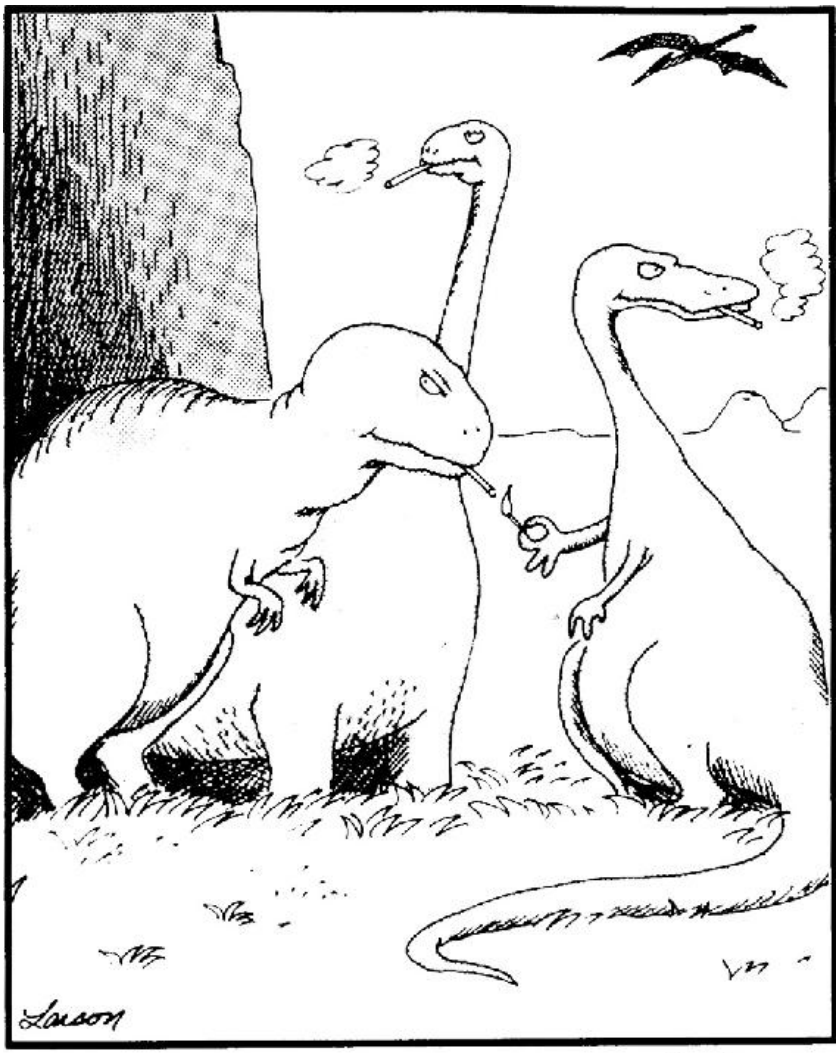
En el nivel estrictamente gráfico las trasgresiones simbólicas son muy variadas. Lo incorrecto puede referirse a la propia imagen y sus componentes icónicos o a su relación con otros elementos de la narración gráfica como el texto.



Marta Bernardes, «Oxímoron». De MAS. Tomado de Nortada.com «En la figura que se llama oxímoron, se aplica a una palabra un epíteto que parece contradecirla; así los gnósticos hablaban de una luz oscura; los alquimistas, de un sol negro», según dice Borges en «El zahir». Son muy usuales los oxímoron verbales («un estruendoso silencio», «un instante eterno») y más raros los visuales.

Las piezas del fotógrafo Chema Madoz están cargadas de una poética nada exenta de humor. También los vemos en Joan Brossa y los leemos en Ramón Gómez de la Serna.

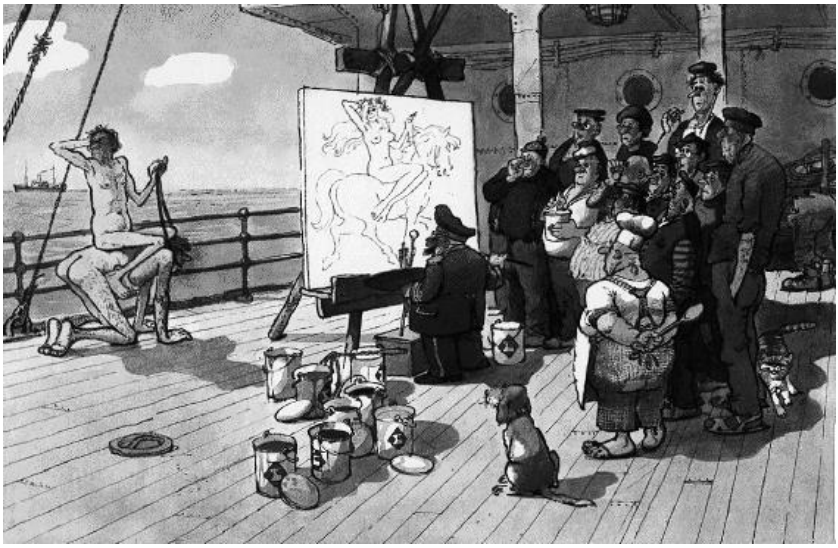
En una imagen acompañada de texto, es habitual que se realice la transgresión visual en connivencia con el nivel textual al plantear un juego de complementariedad u oposición con él. La palabra se contrapone a lo que la imagen está ofreciendo o es el anclaje y remate que completa lo icónico.



The real reason dinosaurs became extinct

«La auténtica causa de la extinción de los dinosaurios.» La imagen, que es lo primero que apreciamos, nos convoca a una fantasía que es explicada de forma sorprendente por el texto. La interacción entre los dos medios adquiere en Larson cumbres de eficacia.
Larson, G., The Far Side.

En la imagen no acompañada de texto, la transgresión cuenta únicamente con la desvirtuación de lo visual. Disponiendo solo de elementos de enlace puramente icónicos, se le exige una contextualización perfecta de lo que se pretende subvertir. La inversión de conceptos visuales, sin el apoyo de la palabra, se presenta como uno de los más difíciles ejercicios a realizar por un artista del humor. Aquí no basta con irregularidades y provocaciones temáticas o formales, ya que estas deben ser perfectamente interpretables como tales. La imagen realiza así un doble ejercicio de riesgo: mostrarse claramente comprensible y a la vez ser patentemente incorrecta. Su comunicación con absoluta precisión es imperativa para que la transgresión sea percibida como intencionada, significativa y no como un error de comunicación, lo que anularía inmediatamente la provocación controlada que se supone que es lo humorístico. Los humoristas consideran el humor mudo como una prueba de fuego solo al alcance de alguien muy experimentado y existen muy pocos casos en que un profesional del humor no haya sentido la atracción y el desafío de este tipo de realizaciones.



El dibujante holandés Jan Sanders (1919-2000) desarrolla imágenes tan expresivas que no necesitan texto alguno. La perfecta

jerarquización de la escena conduce de la inicial «llamada» transgresora a todo un divertido recorrido por sus personajes secundarios y cuidados detalles. Sanders, J., 1979, «Humor a bordo». Bilbao: Ed. Cantábrica.

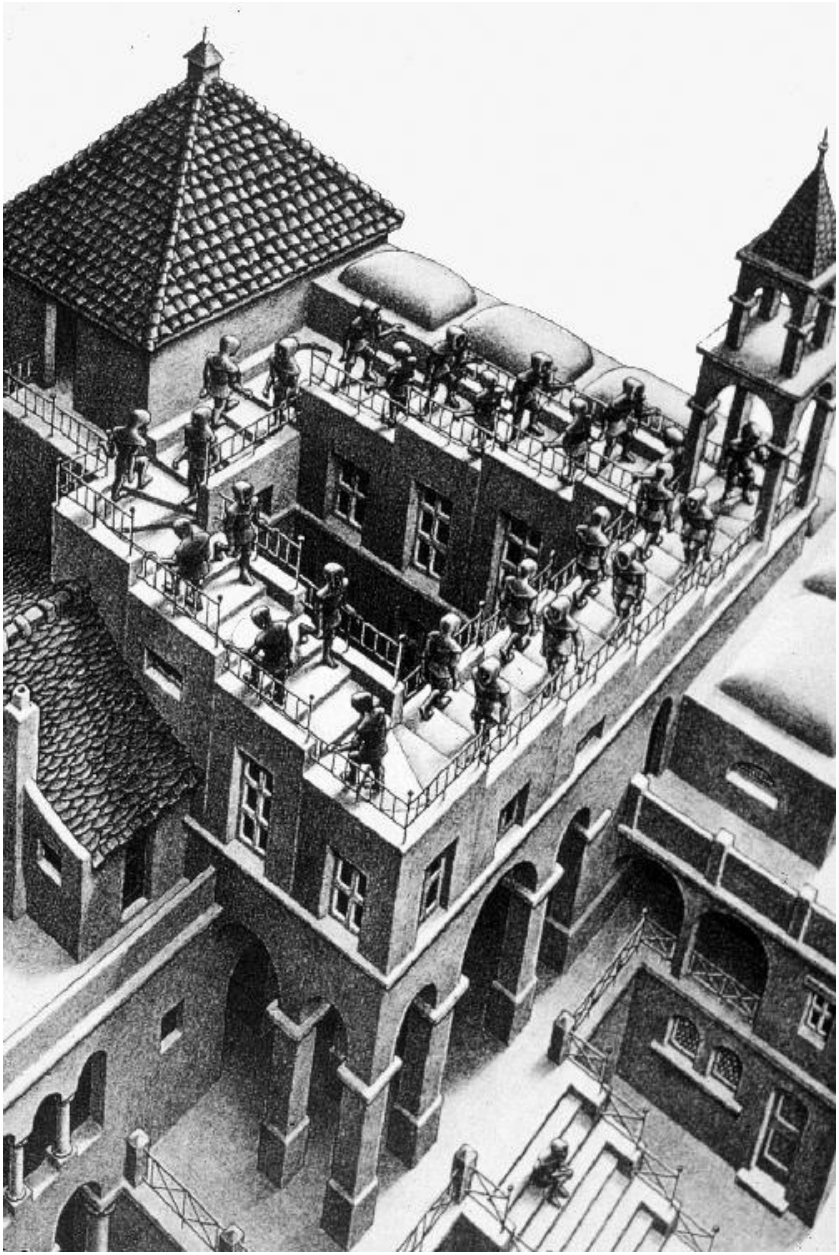
HUMOR VISUAL, HUMOR ÓPTICO

La transgresión visual más extrema llega cuando nos adentramos en juegos estrictamente icónicos, donde las representaciones y sus elementos formales y simbólicos realizan incorrecciones cómplices, guiños apoyados solo en imágenes y sus propias normas de comunicación gráfica. Hay obras visuales que violan o transgreden las normas de la representación, algunas de puro carácter óptico, como los realizados por los artistas del Op Art, que ofrecen piezas que provocan vibraciones que afectan a la percepción de nuestra visión, aunque estas nada tengan que ver con el humor. Otros juegos visuales transgresores, como los de M. C. Escher, están basados en que las configuraciones destinadas a la representación estricta o «fiel» de un modelo tienen el fracaso asegurado porque todas ellas están absolutamente condicionadas por el medio concreto en que la propuesta visual se establece: la imagen en sí es lo único real; lo que se representa solo supone una figuración, una convención. Así, el que pretenda que una imagen de algo equivalga a la realidad, vivirá un auténtico espejismo porque la representación nunca puede ser equivalente al referente, por muy realista y precisa que se consiga. Estos dibujos, al bajar el tono cómplice de la transgresión y buscar una cierta seriedad, se alejan obviamente de lo cómico.

Hay piezas ingeniosas creadas con el fin de una aventura estrictamente intelectual, cuyo destino es una obligada reflexión mental, no necesariamente humorística. La paradoja es un juego conceptual que sirve para enlazar niveles formales, como el chiste. Sin embargo, el humor busca huecos en esas formas mientras la paradoja –«la nostalgia no es ya lo que era»– halla puentes. Las paradojas son interesantes pero no graciosas y suelen plantear un problema que desafía a la lógica y que esta no puede resolver;

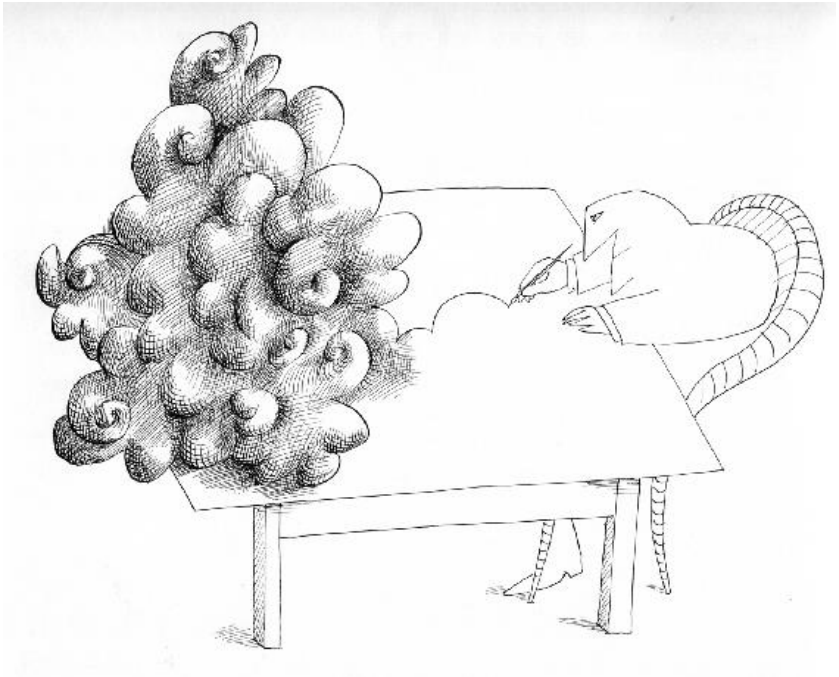
mientras, el chiste, por el contrario, resuelve el problema conceptual, le da solución.

Es muy posible que el humor sea simplemente una llamada a la realidad, un regreso a lo que nunca debíamos haber olvidado. Podemos observarlo en este ejemplo. René Magritte, artista no solo visual, sino conceptual por cuanto reflexiona sobre la carga simbólica y sus contradicciones formales, realizó una pieza paradigmática al plantear la obviedad de que una pintura no es aquello que representa, y la imagen de una pipa no es, evidentemente, una pipa propiamente dicha («Ceci nést pas une pipe»). Lo «real», al ser trazado o fotografiado debe ser necesariamente «traducido» a dos dimensiones. Si se considera esta afirmación y se la contrasta con la realidad propia que posee el dibujo, que es la de sus líneas bidimensionales, se pueden, por contraposición y coincidencia, realizar transgresiones muy sorprendentes. Magritte es un artista cuya intuición sugiere surrealidades extraordinarias, pero su lúdica formal no plantea comicidad alguna.



Una especial transgresión visual

Artistas como M. C. Escher son capaces de realizar la representación de una escalera que sube o baja interminablemente, o una cascada cuya agua al caer lo hace sobre la parte superior de la misma. Estos absurdos visuales, estas desconcertantes escenas, son complicadas de asimilar por nuestro sistema perceptivo que está acostumbrado a apreciar que la representación misma (siempre un mero conjunto de líneas sobre un soporte cierto) recoge la realidad exterior que pretende reflejar. El artista pone el dedo en la llaga al hacer coincidir en la superficie la realidad auténtica de una organización lineal con una representación simulada –y por tanto falsa– que sigue escrupulosamente las reglas habitualmente aceptadas como correctas. Escher resulta un fabricante de imágenes enormemente chocantes y, aunque rígidas, espectacularmente entretenidas. Su estudiada incorrección no resulta nada humorística al faltar el componente de la complicidad.



La sofisticación de Saul Steinberg nos pone ante la evidencia de un humor visualmente «puro», de divertidas a la vez que profundas

propuestas, de una formidable potencia y belleza, que ha desatado una legión de seguidores y una inmensa influencia entre los artistas gráficos. Steinberg, S., 1973, The Passport. New York City: The Viking Press.

EL CONCEPTO MÁS TRANSGRESOR: EL HUMOR NEGRO

Hay campos humorísticos donde la evidencia de incompatibilidad de lo cómico con lo serio alcanza un punto absolutamente crítico. Son aquellos donde ambos conceptos se acercan tanto que resultan complicados de estudiar. La posibilidad de que con tratamientos formales cómicos se aborden temáticas serias promete mezclas de efecto imprevisible. En estos límites de lo que la sociedad considera jocoso encontramos el llamado humor negro, que tiene bien ganada fama de ser conceptualmente «el más transgresor» al dirigirse a temas especialmente sensibles, a los escenarios más rigurosos de nuestra vida social, cotos cerrados teóricamente a la diversión. En efecto, el humor negro elige como temática lo que socialmente se considera como más respetable y, en principio, nada susceptible de broma alguna[16]: la muerte, la enfermedad, la locura, los conflictos bélicos o los actos prohibidos correspondientes a cada ámbito cultural. Todos estos temas, cargados de traumatismo, se declaran tabú por la sociedad y se ven rodeados de rituales, de elaboradas retóricas, de sofisticados protocolos y solemnidades, para proteger de esta manera los territorios propios del dolor. Y es precisamente este delicado y sensible edificio formal en torno a lo considerado realmente muy serio el elegido para realizar la chanza, para poner en solfa toda su liturgia, con su tremenda carga provocadora.

André Bretón, el gurú surrealista, dedicó un libro al humor negro, lo que era coherente con su ideario artístico, ya que los surrealistas tuvieron mucho que ver con un mundo de imágenes – y textos– de relaciones nuevas y subversiones, encuentros y rompimientos impensables hasta entonces. En general, las incorrecciones formales, los nexos inconscientes, los cuestionamientos espaciales, etc., se mueven en ambos mundos. Bretón veía el humor negro como desacralizador de la realidad, que atacaba los falsos valores

establecidos, los convencionalismos, pero con unas maneras nada evasivas o ingenuas, nada complacientes o relajantes. Pero, si Bretón le dio carta de naturaleza, había desde antes muchos y brillantes cultivadores en esos territorios: desde Tomás De Quincey (autor de Del asesinato considerado como una de las Bellas Artes) a Jonathan Swift[17], desde el Marqués de Sade a Franz Kafka, desde Alfred Jarry a Friedrich Nietzsche.

Dentro de los niveles visuales, en el mundo cinematográfico las temáticas[18] y los grafismos de aspecto cruel, tremebundos, tétricos, desagradables, desesperados, inoportunos, de agria mueca, tienen una selecta lista de seguidores, desde Alexander Mackendrick[19], los Hermanos Cohen, Quentin Tarantino o Tim Burton. En el campo de la gráfica, dibujantes extraordinarios como Will Eisner, Ralph Steadman, Brad Holland, Roland Topor o El Roto. El hecho de que sus realizaciones se hallen en fronteras tan conflictivas entre lo serio y lo cómico, lleva con frecuencia a que se cuestione (incluso por los propios artistas) su pertenencia al mundo del humor.

Roland Topor, perteneciente, con Fernando Arrabal y Alejandro Jodorowsky, al grupo Pánico («El dios Pan se manifiesta a través del terror, el humor y la simultaneidad», 1962), plantea obras desagradables pero plenas de fuerza y sugerencias oníricas. Estas pesadillas reivindican «la verdad más virulenta del ser humano». Andrés Rábago, que como OPS desarrolló una línea sin textos, semejante a la de Topor, se sitúa siempre, como El Roto, en la frontera de lo «serio» con sus incisivas e inmisericordes reflexiones y un dibujo próximo al realismo, aunque es de observar que siempre incorpora algún guiño formal de complicidad cómica.

En conclusión, la transgresión cómica nunca pretende derribar realmente nuestro orden, sino solo producir una distanciación momentánea. La finalidad de la creación humorística es subrayar las dudosas uniones conceptuales, señalar con el dedo las costuras de una pareja mal unida, advertir de una línea equivocada de pensamiento. Pero sus cuestionamientos son siempre relativos porque en el fondo van destinados a afianzar nuestro imperfecto sistema. Después del paso del humor no es el caos o la nada lo que queda, sino una reflexión, una nueva inteligencia, una reafirmación

del pensar.

Notas al pie

[1] Schutz, A., 1962, «On multiple realities», en Collected Papers, La Haya, Nijhoff, vol. 1.

[2] «El arte tiene la obligación de impactarnos de una manera que nos permita descubrir una verdad sobre nosotros mismos, o sobre el mundo, sobre el propio arte; la manera de conseguirlo es alejándonos de nuestras ideas preconcebidas, y haciendo que lo familiar se vuelva extraño y lo que no se cuestiona, problemático.» Julius, A., 2003, El arte como provocación, p. 26.

[3] Transgresión, del latín transgressio, refiere a la acción de traspasar o acceder a otro lugar salvando un obstáculo.

[4] Ver Weems, S., Ja. La ciencia de cuándo reímos y por qué, Madrid. Taurus, 2015.

[5] AA.VV., 2002, Los ismos de Ramón Gómez de la Serna. Madrid: MNCARS y Ed. Sin Sentido, p. 199.

[6] Wilson, C. P., 1979, pp. 19-29.

[7] Pirandello, L., 1968, El humorismo. Ensayos, Madrid: Guadarrama, trad. J. M. Velloso, pp. 205-206.

[8] Para Manuela Romo los rasgos de sentido lúdico y del humor aparecen sistemáticamente en todos los trabajos sobre personalidad creadora. Ver Romo, M., 2007, «Juego y creatividad en el niño», en Bellver y Ullán, eds., La creatividad a través del juego, Salamanca: Amarú, p. 22.

[9] Woody Allen: «Dios ha muerto, Marx ha muerto y yo no gozo de buena salud», o esta otra: «Qué tal si todo fuese una ilusión y nada existiese en la realidad, porque entonces claramente me habrían cobrado demasiado por el enmoquetado del salón.» En el terreno

gráfico, piénsese en Forges como especialista en la degradación de lo serio y la solemnización de lo vulgar.

[10] Erasmo de Rotterdam, Elogio de la locura, ed. de Pedro Rodríguez Santidrián, 1984. Madrid: Alianza. Lo cierto es que el término original parece que se refiere a «estupidez» o «insensatez» más que a «locura». En él se dedica a volver del revés todo tipo de convencionalismos, mofándose las consideradas «verdades» de su tiempo. Erasmo se apresuró, ante la polémica desatada por su publicación, a descalificarlo y decir que «no estaba escrito en serio» y que «era una broma sin intención ninguna».

[11] René Wellek, 1962, Historia de la crítica moderna (1750-1950), Madrid: Gredos. II. El Romanticismo, p. 127.

[12] «Con la risa, el horror se convierte en un burdo monigote», frase anónima hallada escrita en una pared.

[13] Obsérvese que en la época en que se comenzaron a publicar los primeros chistes sin palabras o «mudos», se colocaba habitualmente como explicación una curiosa leyenda: «humor absurdo».

[14] Una pieza clave para la relación humor-absurdo es el personaje Ubu, de Alfred Jarry (1873-1907), inventor de la nueva ciencia, la Patafísica, donde los dos conceptos no solo son cercanos sino que se superponen. De él surge todo el Teatro del Absurdo (Eugene Ionesco, Samuel Beckett, Jean Genet, entre otros) así como el humor «non sense», que derivará en todo un género dentro de lo cómico.

[15] El nombre provenía de que la entrada en este tipo de locales costaba 1 nickel, la moneda de 5 centavos de dólar.

[16] En inglés gallows humour, «humor patibulario».

[17] Jonathan Swift, aparte de Los viajes de Gulliver, escribió en 1729 Una modesta proposición, donde planteaba comerse a los niños pobres irlandeses para impedir que fueran una carga para sus padres y para el país.

[18] Hoy en día existe alguna tendencia en arte hacia lo macabro y

siniestro con un evidente sentido de provocación y transgresión: piezas de cadáveres, rodajas de animales fosilizadas, calaveras enjoyadas, etc. Desde otra perspectiva, es fascinante el sentido del humor del Día de los Muertos en México, con toda su parafernalia de esqueletos llenos de color con un tono jocoso y simpático.

[19] Alexander Mackendrick dirigió en 1955 «The Ladykillers», titulada en España «El Quinteto de la Muerte», película de la que los Hermanos Cohen hicieron un remake en 2004.

Capítulo 12

Complicidad

«Cómico es lo que señala algo ofensivo de manera inofensiva»

Cicerón, De Oratore

Cualquier progreso necesita transgredir, vulnerar el orden establecido. En ningún terreno caben avances sin el quebranto de lo hasta entonces vigente. Pero, como la sociedad necesita también un concierto, un sistema de normas, la infracción no puede ser tolerada por sistema, ya que ello significaría la derrota de la ley y el imperio del desorden. El transgresor solo conseguirá salvarse, por tanto, si burla de alguna manera a la autoridad[1].

Este planteamiento esquemático lleva a la conclusión de que, si no se desea una ruptura, una confrontación –de consecuencias incalculables, y nada cómicas–, para que la transgresión llegue a buen término es indispensable un juego evasivo. El humor no pretende ninguna violencia sobre el espectador, el artista no desea forzar ni destrozar la puerta de nadie. Lo que le permitirá esquivar sus defensas será la complicidad. Su táctica consistirá en hacer bajarle la guardia mediante un guiño, una señal que indique que lo que viene a continuación es inverosímil, es una broma, algo inofensivo, una mera ilusión o «diversión» de la realidad.

El humor es un juego compartido, en el que la participación de los demás es indispensable. El empeño del humorista es hallar la cooperación del interlocutor. El logro de su connivencia es prioritario. Como la diferencia de la configuración humorística respecto a los diseños habituales es la incorrección de su contenido, conseguir la disponibilidad del usuario, obtener su «permiso de apertura» del mensaje, exige un «password» específico: avisar de la fantasía de su contenido, advertir de forma clara sobre su

inocuidad. Solo el anuncio previo de que lo que se propone es un juego, de que «no va en serio», permitirá acceder al intelecto, al mundo de la abstracción, sin correr el riesgo de una reacción negativa que sería probable si se interpretase como invasión impositiva. Si la transgresión se considerase potencialmente agresiva, dejaría de ser un juego, por definición placentero y relajante, y la propuesta sería inmediatamente rechazada. La comicidad quedaría invalidada.

Existen diversas maneras de ofrecer el humor de forma «controlada» y vencer así la resistencia del espectador, lograr su colaboración y convertirle en participante en la fantasía. Pero solo la complicidad entre emisor y receptor anima a este último a entrar en la propuesta del primero, aunque siendo, eso sí, plenamente consciente de la imposibilidad y delirio de su razonamiento.

El receptor sabe –todos sabemos– que un juego es una simulación, algo limitado en sus efectos, donde lo ilusorio se comparte pero tiene un final asegurado, una salida cercana, tras la cual espera la dureza de la vida. Este elemento de aceptación del reto lúdico pone en evidencia que el deseo del humor nunca es enfrentarse con la realidad, ni romper con ella, sino jugar con ella. Como dice Miguel Mihura, «El humor es ver la trampa de todo (…), ver que todas las cosas pueden ser de otra manera, sin querer por ello que dejen de ser como son, porque esto es pecado y pedantería»[2]. Con gran lucidez, este autor advierte así de las limitaciones del poder humorístico. La misión cómica no es en modo alguno dañina ni destructora. Eso es tarea de otro tipo de mensajes. Si el humorístico hiciese suyo este cometido, tendría consecuencias nefastas, como al final del capítulo se verá. Para que el humor sea percibido y aceptado debe realizar necesariamente una maniobra que obtenga la benevolente simpatía del espectador, que logre su cómoda implicación en la broma.

Oski. La complicidad con el espectador es marcada en el humor al proponer claramente un tipo de representación simpática por medio de unos rasgos ingenuos y atractivos. El maestro argentino Oski (1914- 1979) consideraba que el humor «siempre se basa en el dolor, la tristeza, el ridículo; es una manera de sobrevivir a la angustia».

Es importante este término, «simpatía», porque implica que no existirá nada oculto ni extraño, que todo será franco, abierto y sin dobleces[3]. Se ofrece lo agradable y amable –es decir, digno de ser amado–, y se hace sentir al interlocutor cómodo, respetable, incluso importante[4]. Ni se le va a impacientar ni se le va a poner a prueba con algo inquietante, turbador o incomprensible. Por el contrario, será algo ingenioso y fácil de entender, algo en cuyo descubrimiento pueda participar y hacerle cómplice.

El término simpatía remonta su origen al griego syn y pathos («sufrir con»); se refería, pues, a la capacidad de ponerse en el lugar

de otro, de compartir sentimientos con él[5]. En español actual ha perdido ese significado (no así en inglés), que sería sin embargo utilísimo para una pieza creadora como importante elemento que definiera su capacidad comunicadora.

El humor debe mostrar, pues, su inocuidad, mostrando su carácter fantástico, su sello tranquilizador, sin relación alguna con lo trágico[6]. El usuario, al percibir las señales de que aquello es divertido y relajado, confortable y seguro, se dispondrá al disfrute de lo prohibido. En Inglaterra se denomina a veces al humor el «bulldog sin dientes»[7], haciendo alusión sin duda a esa agresividad que no es tal.

El imperativo aviso de la irrealidad, de la inverosimilitud de la propuesta[8], puede realizarse mediante muy distintos modos instrumentales, que pueden calificarse de «llamadas» o «puntos de entrada» cómicos. De ellos trato a continuación.

DESIGNAR A LA PERSONA DEL HUMOR

Señalar a alguien como perteneciente al mundo cómico nos hace suponer desde ese momento que lo que venga de él será inofensivo. Todas las culturas humanas han creado, de una u otra manera, sus prototipos de seres realizadores del humor. El bufón fue una de las primeras institucionalizaciones de los individuos dedicados a lo cómico, con licencia para bromear. Los hubo oficialmente en las cortes, pero también existieron los itinerantes indiferenciados con los peregrinos, predicadores, juglares, bandidos, músicos, malabaristas, acróbatas. La decadencia de los bufones, a fines del siglo XVIII, coincide con la emergencia de los payasos. El clown es una clásica figura graciosa, de gran vigencia aun hoy, aunque con enormes variantes en sus conceptos de lo cómico[9]. Actualmente existen otras muchas personas designadas como prototipos del mundo humorístico, desde el humorista gráfico, al caricaturista, «cartoonista», contador de chistes, monologuista, mimo, imitador, comentarista irónico, etc.[10]

Puede realizarse un marcaje cómico de alguien mediante un detalle mucho más simple: la clásica nariz roja. La certificación de que esa persona pertenece al ámbito de la broma proporciona al espectador la garantía de saber que su discurso será inocuo[11].

Personas del mundo del humor son el bufón y el payaso. Entre los bufones eran habituales los enanos, los jorobados, los bizcos, al proporcionar su imagen transgresora de la normalidad, la etiqueta

social de «risible». Es de destacar la búsqueda de complicidad que se adivina en Velázquez con su preferencia por el retrato de estos personajes así como la pintura de dioses o filósofos (Marte, Esopo, etc.) con modelos, ropajes y actitudes «incorrectos». En la imagen, grabado de Goya, sobre una pintura de Velázquez.

EL PERSONAJE CÓMICO

Es difícil precisar qué es aquello que hace a alguien visualmente «simpático». Intentar una descripción de la gracia, del «duende» o el «pellizco», que dicen los andaluces, puede llevar muchas páginas sin lograr una aproximación adecuada. Un ser cómico, sin embargo, podríamos describirlo como aquel con el que nos identificamos por su cercanía conceptual, su manera de enfrentar la vida con distancia, sus gestos, los rasgos que le señalan como algo extrañamente familiar, atractivo, agradable, algo que «conecta» psicológicamente con los otros.

Dentro del mundo profesional del humor, que es el objeto de este estudio, en el que la intencionalidad y el diseño de su configuración son los temas centrales, la simpatía del personaje puede ser marcada visualmente, mediante una acción extrovertida, una conducta descarada, una manera desinhibida de mostrar sus flaquezas, una obviedad, una «desnudez conceptual» que le muestre como accesible. Un recurso expresivo para poner en evidencia esta condición sería un claro marcaje por medio de su aspecto, vestimenta o actitud.

En los medios de comunicación es clásico presentar personajes que implican al espectador para que comparta su mundo, para que se identifique con su propuestas o sus formas de presentar la realidad por medio de lo positivo (bondad, belleza, honradez, valentía, etc.) o lo «simpáticamente» negativo (piratas, inteligentes ladrones, pícaros timadores, policías o detectives poco ortodoxos, mentirosos compulsivos, etc.). En el mundo humorístico, incorrecto por definición, la estrategia para obtener esta relación cómplice entre el personaje y el espectador suele consistir en un particular método de

aproximación e identificación antiheroica: utilizar una imagen directa y radicalmente negativa, exhibidora de la ignorancia, el extremo egoísmo o la estupidez. Obsérvese cómo habitualmente la situación es conducida por personajes con una apariencia y características propias de una imagen ridícula. Si dentro del ámbito gráfico se utilizan trazos o detalles grotescos, la imagen de alguien cómico se aproxima en general a la de un deshecho humano. Nada aventurado sería relacionar esta calamitosa imagen con lo que uno considera de sí mismo en su profundo interior o en su peor pesadilla que jamás se atrevería a reconocer públicamente.

Podría ofrecerse una apariencia, trazos, características propias de lo ridículo o infantil, con gruesos detalles, extravagantes corbatas, zapatos de escándalo, aspecto desastroso. O mostrar una conducta obviamente miserable, mezquina, sucia, plena de errores, torpe, cargada de tics. Esa «identificación por lo bajo» establece un magnífico mecanismo de complicidad, una maniobra distanciadora clave para que el usuario abra sus puertas y acepte como portavoz suyo a ese personaje lamentable[12]. Es un símbolo de todos nosotros, pero nadie diría que somos nosotros[13]. Es el perfecto medio para comunicar cualquier barbaridad sin ofender. Este mecanismo proporciona al receptor una sensación de comodidad y tranquilidad, ya que él cree estar por encima de esa situación. Su risa será la constatación de su libertad. Existe, a veces, por cierto, el error de calificar de sadomasoquista la relación con el espectador al comprobar que el portador del mensaje con quien se identifica es frecuentemente alguien fácilmente calificable de humillado, sometido, resentido, atónito, fracasado, desbordado, rendido, pasivo, sufridor, ingenuo, estúpido, ignorante, etc. Pero debe observarse desde el ángulo cómplice, el cual proporciona al receptor una sensación de que él es el que controla dicha situación.

DESIGNAR EL LUGAR DEL HUMOR

La designación de lugares específicos para la práctica de la comicidad proporciona ese control de la situación que se demanda. La comedia convertida en institución teatral fue la manera de hacer

aceptable lo orgiástico. Se decía de ella que permitía que el público riera en el teatro lo que no le era permitido en la calle. Aristóteles apuntaba que, en contraposición a la tragedia, la comedia permitía contemplar «sin dolor» aspectos muy serios de la vida.

El circo ha sido el gran templo histórico de lo cómico. Hoy en día encontramos variados lugares destinados a esa finalidad en medios editoriales (en revistas especializadas, en periódicos con espacios para el chiste de actualidad, viñetas sueltas, páginas infantiles o de ocio, etc.), en la televisión (desde espacios concretos en cadenas generalistas, monólogos cómicos, guiñoles, hasta canales específicos dedicados exclusivamente al humor y la comedia)[14], en Internet, etc.

LOS GRAFISMOS HUMORÍSTICOS

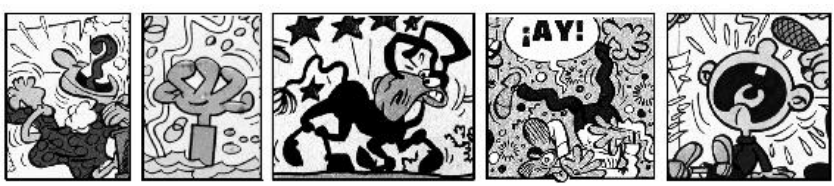
Dentro de lo estrictamente visual, el marcaje debe establecerse mediante algún guiño puramente gráfico. Evidentemente hay diferentes gradaciones de lo visualmente cómico, designado claramente como tal por la temática y el aspecto. Para relativizar las formas y obligar a una distanciación se puede acudir a distintas llamadas, como un aspecto brutal del dibujo, unas líneas sorprendentemente ingenuas o una figuración de una iconicidad manifiestamente baja. Una imagen excesiva, bien por blanda o por demasiado expresiva, puede dar una clave de humor. En el nivel conceptual y gráfico, desde Rockwell a Disney, desde Castelao a Forges, desde Goya a Ibáñez, desde Daumier a Topor, desde Oski hasta Searle, hay muy distintos grados. El concepto transgresor que los diferentes artistas plantean es reflejado y potenciado por sus grafismos. Así, los mensajes pueden ir visualmente desde lo primario e infantil hasta lo adulto y elevado intelectualmente, desde lo descerebradamente divertido hasta lo ácidamente crítico, desde lo racionalista y reflexivo hasta lo enloquecido, desde lo cercano y reconocible hasta lo fantasioso, desde lo geométrico hasta lo hiperrealista, desde lo naif hasta lo sofisticado y elegante. Hay un enorme espectro de tonos divertidos de los chistes de acuerdo con la personalidad del autor o del público al que se dirigen. No es lo

mismo el carácter gráfico que introduce un chiste de Don Martin o Reiser (trazos fuertes, letra grande, rotundos grafismos) que el de uno de Steinberg o Máximo (líneas frías y ligeras, caligrafía sutil, grafismos suaves).

Reiser, fundador de la famosa revista francesa Hara Kiri, prohibida en 1970, trasladó sus enérgicos trazos a Charlie Hebdo. Sus brutales y eficaces grafismos crearon escuela, por ejemplo, en El Papus español.

Estos grafismos acentúan la comicidad y hacen más asequible el mensaje al ofrecer algo claramente separado de la imagen «normal», por medio de una gestualidad característica, o alguna provocada deformidad que desvela la evidente fantasía de la propuesta (las cabezas enormes, por ejemplo).

Marcar la fantasía de la figura, al ofrecer conceptos o formas fuera de su lugar natural, conduce a un marco ilusorio claro, a una metáfora. Una opción son los animales humanizados (desde Hogarth, Goya o Grandville a Walt Disney, Hanna & Barbera o Pixar Studios) y los seres imaginarios con conductas humanas[15]. Así pueden decir lo que dicho por personas no sería aceptable. Otra opción es marcar la figura humana con detalles visualmente «cómicos», que sirven para ridiculizar y distanciar: chaquetas extravagantes, narizotas, gafas exageradas, un solo pelo, bigotillo, zapatones, etc.



Sorprendentemente, la irrealidad del dibujo y sus soluciones de planos confluyeron desde la primera mitad del siglo XX en géneros tan dispares como la pintura y el cómic. Las caras donde se veían ambos ojos insertos en un mismo perfil, por ejemplo, son comunes a ambos. La gran diferencia es la complicidad. Mientras en las vanguardias se perseguía un análisis sintético de los modos de representar, el cómic utilizaba esas formas con una intención jocosa. Obsérvese en estos detalles tomados del clásico español Mortadelo y Filemón, de F. Ibáñez, a fines del siglo XX, expresiones formales que podrían relacionarse con algunas picassianas, con la gran diferencia de que el pintor del Guernica utiliza esas formas dramáticamente y F. Ibáñez con un «guiño» divertido.

SEÑALAR EL MOMENTO DEL HUMOR

Elegir un momento inadecuado para el humor tiene efectos devastadores, porque lo cómico, tan necesario como transgresión de la seriedad social, no es oportuno en cualquier ocasión. Una broma sobre muertos en un velatorio, un chiste obsceno ante una audiencia infantil, un divertido petardo en una reunión de víctimas del terrorismo, una graciosa cerilla en un polvorín, serían automáticamente descalificados por los demás y considerados nada cómicos. El mundo de los chistes está lleno de contenidos y lenguajes «políticamente incorrectos», porque es el ámbito del contrapunto, de lo informal, de lo contrario, de lo crítico, es decir, de lo inconveniente. Pero, precisamente por eso, por ser el humor incorrecto y necesario a la vez, debe mostrarse en momentos adecuados, si se quiere evitar tener que recurrir a odiosas rectificaciones («No pensaba que lo tomarías en serio…», «No se ha entendido que era en broma», etc.)

No solo el momento, sino el día o la época pueden ser tiempos reservados socialmente para que lo humorístico esté permitido. Por ejemplo, el Carnaval[16] o el Día de los Inocentes[17].

Esta es una agresiva imagen de poco tiempo después del atentado del World Trade Center, para camisetas serigrafiadas juveniles (cuya autoría no me ha sido posible determinar) donde los tópicos –iconos populares en este caso– realizan su labor contextualizadora y no dejan duda sobre su significado. La transgresión es evidente y consigue un impacto emocional. El problema surge cuando hablamos de su «complicidad», porque ahí interviene de manera primordial la connotación. Al igual que en el caso de las famosas «Caricaturas de Mahoma», la provocación observada desde un contexto diferente a aquel para el que se creó, lleva a que no resulten en absoluto «humorísticas» por la carencia de complicidad que tendrán en determinados ámbitos mientras en otros se las considerará «defendibles».

LA NECESARIA COMPLICIDAD DEL HUMOR

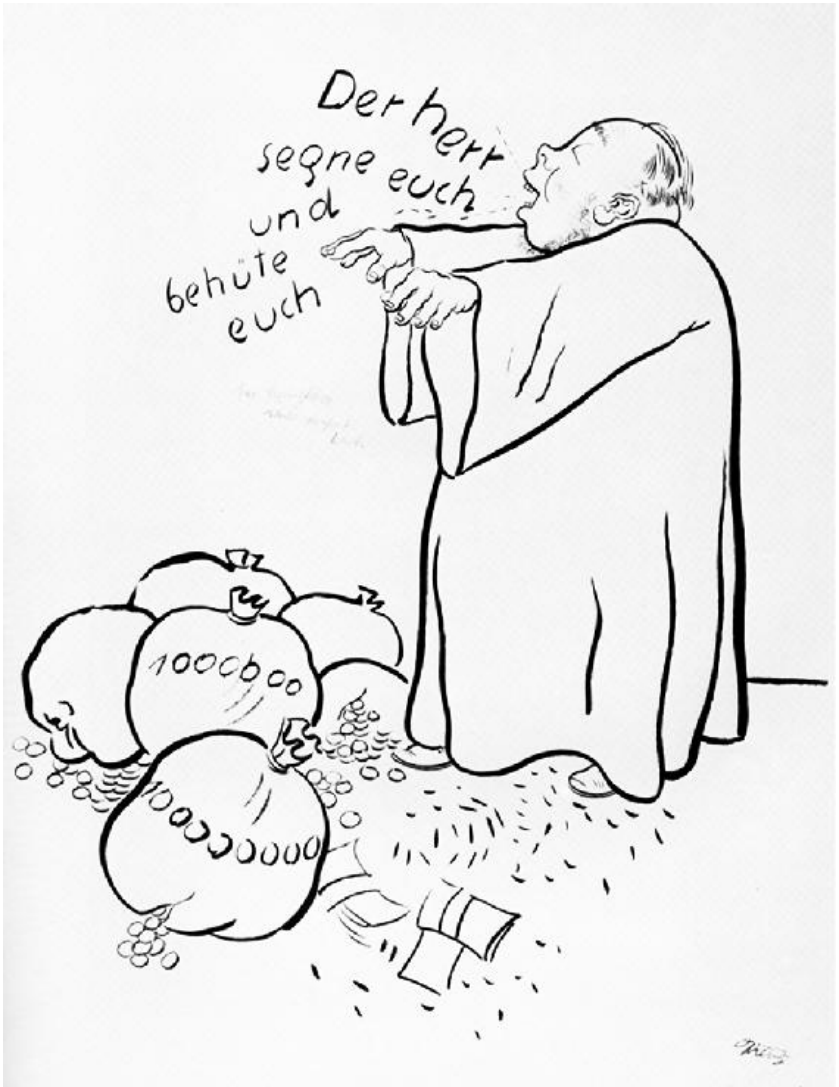
Hay cosas, como las caricias de amor o los puñetazos, que no se pueden ofrecer «en broma». Existe una barrera infranqueable entre el ámbito de las experiencias estéticas o dramáticas y las cómicas o humorísticas. La transgresión humorística puede relacionarse con la locura, pero no es locura. Esta es la razón fundamental por la que se está estudiando el diseño de su configuración. La medida y comunicación de la transgresión, así como la complicidad, son básicas para la existencia de lo humorístico. Lo no medido o no comunicado adecuadamente no pertenece a lo cómico. La pretensión humorística del absurdo, de lo caótico, de lo destructivo, de lo irreverente, tiene siempre una razón perfectamente calculada y compartida; «planificada», en una palabra. La falta de aviso fantasioso de la irrealidad de un dibujo o concepto cómico se paga con la falta de efectividad[18]. Ese aspecto de frivolidad que se reclama no significa en absoluto ni marginalidad ni carencia de interés.

Francisco de Goya, «Sopla», de Los Caprichos. A veces se incluye al atormentado y brillante Francisco de Goya como un precedente del humor debido a sus ácidas e inteligentes reflexiones visuales sobre el ser humano en general y los acontecimientos que vivía la España de entonces. Goya realizó

una obra expresionista, con una intención claramente crítica, de reflejo de una sociedad y unas escenas sin intención jocosa alguna. Como ejemplo, «Sopla», estampa donde su apariencia extrañamente divertida no refleja su auténtica intención de criticar el uso y abuso de los niños para prácticas perversas y obscenidades. Sobre esta imagen hay un manuscrito suyo que aclara su significado: «Gran pesca de chiquillos hubo, sin duda, la noche anterior; el banquete que se prepara será suntuoso; buen provecho.»

Es de tal importancia el aviso de que algo es inverosímil para la maniobra de acomodación del espectador ante una propuesta de que suspenda su seriedad, que en el caso de que no se establezca con claridad esa condición, tendría la grave consecuencia de poder ser tomada en serio. Es decir, el humor deja de serlo y se convierte en drama o, peor aún, en «terror»[19].

Contemplar a Harold Lloyd colgando de un reloj a gran altura nos resultará divertido porque su actitud nos lo advierte. La misma situación y tema tratados con un tono serio y verosímil produciría un enorme dramatismo. Que un piano caiga desde el quinto piso sobre un transeúnte puede ser muy divertido en una película de dibujos animados, pero no tiene la menor gracia si es algo sucedido en la realidad. Un ladrón huyendo de trescientos policías, un tipo guarro guardando un moco en su bolsillo, un gamberro poniendo chinchetas en el asiento de la profesora, un niño tirando una maceta por la ventana, son en general imágenes que provocan nuestra risa cuando las vemos a distancia, en un contexto poco cercano; pero serían interpretadas de forma totalmente opuesta, como desagradables o incluso insoportables, si las encontrásemos con visos de realidad, en nuestra cercanía. Mostrar crudamente la realidad, sin la expresión adecuada, puede desembocar, si no establecemos el tono distendido, en algo verdaderamente irresponsable[20].



La fuerza de las formas del cómic influyó sin duda en el Expresionismo alemán. Son evidentes el concentrado vigor en determinados «nudos» del dibujo y la energía formal de los rasgos, despreciando el realismo. George Grosz, Otto Dix o Gerd Arntz, entre otros, estando cercanos al «humor», buscan una complicidad estrictamente crítica. (Grosz, «Der Herr segne Euch» –«El Señor os bendiga»–, 1920).

Por tanto, se hace indispensable esa distanciación (que sirvió al dramaturgo Bertolt Brecht para incorporar un mayor didactismo y reflexión al espectador), a fin de alejar la tragedia y, por medio de la propuesta irreal y obviamente artificial, dejar implicado al espectador[21].

Picasso plantea habitualmente exageraciones y contracciones, reducciones y, en general, formas que delatan la irrealidad de su propuesta, pero que carecen de intencionalidad humorística. Es raro encontrar una pieza como esta (Dibujo de Verve, 1954), plena de complicidad y, por ello, perfectamente calificable de «chiste» al cien por cien.

Es pues imperativo para el humor establecer la contextualización y orientación del tema, transmitir su ingenio transgresor y completarlo con una adecuada complicidad. Este seguimiento del

esquema propuesto conduce al espectador a «la resolución del conflicto entre la seriedad y el juego» y al «alivio de dejar en suspenso la gravedad de la vida»[22].

Notas al pie

[1] Freud indica que «el chiste disfraza con su juego su misión de burlar la censura y vencer la coerción».

[2] Miguel Mihura, 1948, Mis memorias, Barcelona: José Janés ed., p. 230. Este pasaje es exhibido a veces como una prueba del «conservadurismo» de Mihura, intentando realizar una interpretación sobre las intenciones a priori o sobre la «valentía» del autor, cuando es algo mucho más relevante e inteligente: una descripción o reconocimiento de los limitados poderes de cualquier humor.

[3] En la comedia el «antihéroe» lo identificamos claramente como envidioso, avaricioso, irreverente, hipócrita, pícaro, charlatán o mentiroso. Los espectadores nos sentimos próximos a un personaje tan poco recomendable gracias a la simpatía que nos provoca alguien que se presenta obviamente así, directamente.

[4] La simpatía es la inclinación afectiva y amistosa entre una persona y otra o entre una persona y algo. Lo simpático es aquello que nos resulta atractivo, agradable, familiar a los demás; algo que nos «conecta» psicológicamente con los otros.

[5] David Hume (el «utilitarismo moral» como medio de favorecer al otro, a la sociedad) y Adam Smith lo utilizaban en ese sentido original.

[6] El humor de alguna manera parece ofrecer una particular abstracción de la dimensión trágica de la experiencia humana. Charles Chaplin, Mortadelo, el Pato Lucas, Ren & Stimpy, Bob Sponge, pueden ser golpeados, apisonados, destrozados y sin embargo nada sufren y aparecerán nuevos en la escena siguiente.

Para Peter Berger no hay dolor. Incluso podía interpretarse el humor como un posible mundo sin dolor, una promesa de redención. Ver Berger, 1999.

[7] Hegel habla de la contradicción esfuerzo-resultado. Y relativo a esto podemos recordar al genial Gila al teléfono: «… Oiga, sí: que el submarino que nos mandaron, sí, pues que no sube desde hace días… Sí…, ah, que no era un submarino. Ya, ya, pues con el trabajo que nos costó hundirlo…»

[8] En el humor verbal hablado encontramos signos de advertencia de que algo chistoso entra en escena: un guiño, un cambio de tono, una «solemne» impostación, un pequeño codazo, un gesto ridículo, un deje especial, un extraño tartamudeo, una «guturización», etc.

[9] Curiosa descripción de un payaso en 1802: «… aspecto pueblerino, mirada asombrada, brazos caídos, plantas de los pies mirando hacia dentro, estupidez de comportamiento…»

[10] La incorporación del humor al mundo de las noticias televisivas, donde se suponía que la realidad se impone y esto parecía estar a salvo de juegos, es una novedad de los últimos años. En varios países, entre ellos España, se emiten en algunos canales noticieros humorísticos.

[11] El humorista reconocido tiene un grave problema en su vida privada. Una vez identificado por el público como «bromista» se le supone caracterizado en cualquiera de sus acciones por su sentido del humor y dotado incluso de una obligada «gracia», lo que obviamente nada tiene de real, al ser un profesional como otros, que cuando termina su trabajo vuelve a la «normalidad». Es realmente chocante ver cómo su público considera un engaño verle como un ciudadano de a pie, no aceptándole como tal y exigiéndole que siga cumpliendo con su papel cómico.

[12] Luigi Pirandello veía el humor como «contradicción entre nuestras aspiraciones y nuestras debilidades y miserias».

[13] Si seleccionamos a artistas-personajes, ténganse en mente a Mr. Bean (Rowan Atkinson), a Charles Chaplin, a Oliver Hardy y Stan Laurel, a Cantinflas, a Monsieur Hulot (Jacques Tati), a Woody

Allen, a Chiquito de la Calzada, a Sacha Baron Cohen... En el terreno estrictamente gráfico encontramos figuras «de bajo perfil», oficialmente poco recomendables pero íntimamente entrañables: Homer Simpson, Ren y Stimpy, el Mariano y la Concha de Forges, el Cándido de Mena, Vaca y Pollo, Mortadelo y Filemón, Shreck, etc. Una colección, en fin, de desastres andantes, patosos, absurdos, feos, impresentables…, todos, eso sí, con un gran corazón.

[14] La complicidad, reforzada por la interacción cómico-público que en el circo o en el teatro se produce automáticamente, intenta ser suplida en las comedias de la TV por una audiencia real directa o la incorporación de «risas enlatadas».

[15] Las ilustraciones a las fábulas de Esopo, Iriarte, La Fontaine o Samaniego incluidas en primeros libros de la historia destinados a los niños.

[16] El Carnaval se caracteriza por «la incorrección de la absoluta igualdad» entre los participantes, o incluso la inversión o el olvido de las jerarquías. Es una risa totalmente colectiva, universal, crítica y triunfal a la vez.

[17] Cada cultura establece su día anual dedicado a la broma. En España es el 28 de diciembre. En EE.UU. el Foolś Day es el 1 de abril.

[18] Hay imágenes de aspecto desproporcionado, que no tienen como pretensión sino el mero refuerzo o potencia de sus formas. Impostando sus rasgos se las da relevancia y destaca su carga subjetiva con un afán expresionista. El primer Cubismo juega con la desfiguración y recoloca sus elementos formales a sus necesidades plásticas. Los expresionistas alemanes crearon toda una escuela de piezas grotescas, trazos violentos, colores estridentes deformando la representación obteniendo una intensidad e impacto visual.

[19] Podemos comprobar en ocasiones ambos impulsos, humor y terror, como físicamente relacionados. La risa que una montaña rusa automáticamente provoca en los usuarios es producto de su alivio del miedo por una amenaza que se vive cercana pero que no se materializa, lo que produce un gran placer.

[20] Mordillo dice en una entrevista: «El humor es la ternura del miedo». Revista El Arca.

[21] Obsérvese que hay artistas como El Greco, Botero o Giacometti que utilizan, cada uno por motivos muy diferentes, distorsiones e impostaciones formales con ese afán distanciador, que en sus casos nada tiene de humorístico.

[22] Apter y Smith teorizan sobre el proceso por el que el humor hace pasar al individuo del estado télico al paratélico y lo desagradable se vuelve agradable. Véase cita en Wilson, C. P., 1979, Jokes, Form, Content, Use and Function. London: Academic Press, p. 18.

Conclusión

«No hay otra cosa que formas.»

Jorge Luis Borges

El humor siempre nos hace incorrectos y transgresores, accesibles y cómplices con los otros. Incorrectos y transgresores, porque con él disfrutamos atacando no solo formas sociales que nos han sido impuestas y nos constriñen, sino también otras que nos son aceptables e incluso queridas. Accesibles, porque, por medio de un mecanismo sencillo, consiguen abrir nuestra mente. Si no lo consiguen, lo dejamos de lado y seguimos a lo nuestro, al no identificar lo que se nos propone dentro de los esquemas y tópicos en los que solemos movernos. En cómplices nos convertimos porque nos hace entrar en contacto, en comunión casi, no solo con los que consideramos nuestros vecinos y amigos sino también con los desconocidos, con «los demás» de la vida diaria, e incluso con los que no nos caen simpáticos. Por eso el humor, trasgresor y cómplice, es nuestro pequeño compañero de submundos, proveedor de espacios de desahogos y alivios, y es tan necesario para seguir adelante. Una válvula de escape imprescindible, qué duda cabe.

Este es un estudio sobre la gráfica del humor que nos ofrece día a día estas abstracciones, estos juegos simbólicos, estas diversiones. Que tienen la rareza de que se sirven de imágenes, pero a menudo también de palabras. Aunque el texto resulta ser con frecuencia también una forma más, una visión de letras que se incorporan al paisaje de la ilustración.

Este tipo de creaciones sorprendentes se sirven de lo visual para confrontar conceptos, cuestionar lo aparente, delatar lo hueco y obtener nuevas significaciones. Lo cual no implica que su combate sea «el de la verdad». Es nada más –y nada menos– que una llamada

al orden en un marasmo de formas, en un mundo mal estructurado.

El humor gráfico, con su sutil o feroz, dulce o ácida, reflexión sobre el entorno, cumple así una importante función para nuestra inteligencia individual, para nuestro mundo íntimo, y realiza a la vez un trabajo fundamental para la cultura colectiva.

Este proceso de distanciamiento de lo divertido ha sido realizado por alguien que tiene la suerte de practicarlo profesionalmente y meditarlo académicamente desde hace tiempo. Estas páginas se ofrecen al amable lector con la aspiración de que cada reflexión pueda aportarle parte al menos de la satisfacción que al autor le produjo realizarla. Vale.

Principal bibliografía utilizada

AA.VV., 2002, Los humoristas del 27. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y Ed. Sinsentido.

AA.VV., 2002, Madrid, Los ismos de Ramón Gómez de la Serna y un apéndice circense. Madrid: SEACEX y Museo Reina Sofía.

AICHER, O., 2001, Analógico y digital. Barcelona: Gustavo Gili.

ÁLVAREZ-JUNCO, M., 2015, «Las caricaturas antes de la caricatura: Una arqueología del humor gráfico desde la Prehistoria», en revista Versión. Nº 35. México: UAM.

ÁLVAREZ-JUNCO, M., 2015, «Forma y transgresión, el discurso del arte», en revista Arte, Individuo y Sociedad, Madrid: UCM.

ANDERS, G., 2005, Georges Grosz. Arte revolucionario y arte de vanguardia, Vigo: Maldoror.

ARNHEIM, R., 1979, Arte y percepción visual. Madrid: Alianza ed.

BALL, H., 2005, La huida del tiempo (un diario). Barcelona: Acantilado.

BAUDELAIRE, Ch., 1988, Lo cómico y la caricatura. Madrid: A. Machado.

BERGER, P., 1997, Risa redentora, Barcelona: Kairós.

BERGSON, H. (Le rire, 1899), 1979, La risa. Ensayo sobre el significado de lo cómico. Madrid: Austral.

BONSIEPE, G., 1997, Del objeto a la interfase. Buenos Aires: Infinito.

BOZAL, V., 1979, La ilustración gráfica del siglo XIX en España, Madrid: Alberto Corazón: Comunicación.

COSTA, J., 1988, Imagen global. Enciclopedia del diseño.

Barcelona: CEAC.

COSTA, J., 2004, La imagen de marca. Un fenómeno social, Barcelona: Paidós Diseño.

CHAVES, N., 2001, El oficio de diseñar. Barcelona: Gustavo Gili.

DE BONO, E., 1990, I Am Right You Are Wrong, Oxford: Oxford Univ. Press.

CALVERA, A. (ed.), 2007, De lo bello de las cosas, Barcelona: GG Diseño. Gustavo Gili.

ECO, U., 1983, El Nombre de la Rosa. Barcelona: Lumen.

ECO, U., 1990, Los marcos de la «libertad» cómica. México: Fondo de Cultura Económica.

ERASMO de Rotterdam, 1984, Elogio de la locura, ed. de Pedro Rguez. Santidrián. Madrid: Alianza ed.

FREUD, S., 1969, El chiste y su relación con lo inconsciente, Madrid: Alianza.

GIRARD, R., 1975, La violencia y lo sagrado. Caracas: Ed. Biblioteca Universidad de Venezuela.

GOMBRICH, E. & KRIS, E., 2011, «The Principles of Caricature», British Journal of Medical Psychology. Vol. 17.

GOMBRICH, E. , 2004, Gombrich esencial: textos escogidos sobre arte y cultura. Barcelona: Debate.

JULIUS, A., 2002, Transgresiones, el arte como provocación. Barcelona: Destino.

KLEE, P., 1971, Teoría del arte moderno, Buenos Aires: Caldén.

KOESTLER, A., 1965, El acto de la creación, Buenos Aires: Losada.

KRIS, E., 1964, Psicoanálisis de lo cómico, Buenos Aires: Paidós.

LEACH, E., 1963, New Directions in the Study of Language,

Lenneberg: Massachusetts University Press.

McGHEE, P. E., 1971, Cognitive development and children comprehension of humor. Child development, N. York y London: Academic Press.

McGHEE, P. E., eds., 1972, The Psychology of Humor, N. York y London: Academic Press.

MIHURA, M., 1948, Mis memorias. Barcelona: Ed. José Janés.

PAREYSON, L., 1988, Conversaciones de estética. Madrid: A. Machado.

PAREYSON, L., 1960, Estetica. Teoria della formatività, Bolonia: Zanichelli.

PEÑAMARÍN, C., 1996, «El humor gráfico y la metáfora polémica», Revista La Balsa de la Medusa, nº 38-39.

PIAGET, J., 1951, Play, Dreams and Imitation in Childhood, Londres: MacMillan.

PIRANDELLO, L., 1994, El humorismo. Ensayos (trad. J. M. Velloso). Madrid: Guadarrama.

ROMO, M., 2007, «Juego y creatividad en el niño», en Bellver y Ullán, eds., La creatividad a través del juego, Salamanca: Amarú.

SHAHN, B., 1957, The shape of content, Cambridge: Harvard University Press.

SCHUTZ, A., 1962, On multiple realities. Collected Papers, La Haya: Nijhoff.

SWABEY, M. C., 1961, Comic Laughter: A Philosophical Essay. New Haven: Yale University Press.

TOLSTOI, L., 2007, ¿Qué es el arte? EUNSA, Pamplona: Ed. Univ. de Navarra.

WILSON, C. P., 1979, Jokes: Form, Content, Use and Function,

London: Academic Press.